

ARTE/CULTURA NAS CIÊNCIAS SOCIAIS

Edson Farias
Dmitri Fernandes
Bruno Couto

(Organizadores)



© Editora UFJF, 2019

Este livro ou parte dele não pode ser reproduzido por qualquer meio sem autorização expressa da editora. O conteúdo desta obra, além de autorizações relacionadas à permissão de uso de imagens ou textos de outro(s) autor(es), são de inteira responsabilidade do(s) autor(es) e/ou organizador(es).



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

REITOR

MARCUS VINÍCIUS DAVID

VICE-REITORA

GIRLENE ALVES DA SILVA



DIRETOR DA EDITORA UFJF
JORGE CARLOS FELZ FERREIRA

CONSELHO EDITORIAL

JORGE CARLOS FELZ FERREIRA (PRESIDENTE)
CHARLENE MARTINS MIOTTI
ELSON MAGALHÃES TOLEDO
EMERSON JOSÉ SENA DA SILVEIRA
JAIR ADRIANO KOPKE DE AGUIAR
MARIA LÚCIA DURIGUETTO
RAFAEL ALVES BONFIM DE QUEIROZ
RODRIGO ALVES DIAS
TAÍS DE SOUZA BARBOSA

PROJETO GRÁFICO E CAPA
ALEXANDRE AMINO MAULER

DIAGRAMAÇÃO E REVISÃO
AVELLAR & DUARTE - SERVIÇOS CULTURAIS LTDA.

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central da UFJF

Arte/cultura nas ciências sociais / Edson Farias, Dmitri Fernandes,
Bruno Couto (organizadores.) -- Juiz de Fora : Editora UFJF,
2019.
420 p. : il.

ISBN 978-85-93128-46-2

1. Sociologia da arte. 2. Arte. 3. Cultura. 4. Ciências Sociais. 5.
Identidade cultural. 6. Diversidade cultural. 7. Globalização. I. Farias,
Edson. II. Fernandes, Dmitri. III. Couto, Bruno. IV. Título.

CDU: 7:301.152.3

Este livro obedece às normas do Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa,
promulgado pelo Decreto n. 6.583 de 29 de setembro de 2008.
Impresso no Brasil - 2019



EDITORA UFJF

RUA BENJAMIN CONSTANT, 790
CENTRO - JUIZ DE FORA - MG - CEP 36015-400
FONE/FAX: (32) 3229-7646 / (32) 3229-7645
editora@ufjf.edu.br / distribuicao.editora@ufjf.edu.br
www.ufjf.br/editora

Filiada à ABEU



A possibilidade de editar
este livro contracena com os esforços dos
membros do Grupo de Pesquisa
Cultura, Memória e Desenvolvimento e
das secretárias da coordenação
do Programa de Pós-Graduação em
Sociologia da Universidade de Brasília.

*Si (como afirma el griego en el Cratilo)
el nombre es arquetipo de la cosa
en las letras de 'rosa' está la rosa
y todo el Nilo en la palabra 'Nilo'.
Y, hecho de consonantes y vocales,
habrá un terrible Nombre, que la esencia
cifre de Dios y que la Omnipotencia
guarde en letras y sílabas cabales.*

(...)

*Los artificios y el candor del hombre
no tienen fin. Sabemos que hubo un día
en que el pueblo de Dios buscaba el Nombre
en las vigiliias de la judería.*

*No a la manera de otras que una vaga
sombra insinúan en la vaga historia,
aún está verde y viva la memoria
de Judá León, que era rabino en Praga.
Sediento de saber lo que Dios sabe,
Judá León se dio a permutaciones
de letras y a complejas variaciones
y al fin pronunció el Nombre que es la Clave,
la Puerta, el Eco, el Huésped y el Palacio,
sobre un muñeco que con torpes manos
labró, para enseñarle los arcanos
de las Letras, del Tiempo y del Espacio.
El simulacro alzó los soñolientos
párpados y vio formas y colores
que no entendió, perdidos en rumores
y ensayó temerosos movimientos.*

(...)

*¿Por qué di en agregar a la infinita
serie un símbolo más? ¿Por qué a la vana
madeja que en lo eterno se devana,
di otra causa, otro efecto y otra cuita?'
En la hora de angustia y de luz vaga,
en su Golem los ojos detenía.
¿Quién nos dirá las cosas que sentía
Dios, al mirar a su rabino en Praga?*

El Golem (Jorge Luís Borges)

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Capítulo 2	
Tabela 1: Categorias e temas _____	70
Capítulo 4	
Figura 1: Museu do Homem de Maués _____	104
Figura 2: Grupo musical Boi Teimosinho _____	107
Figura 3: Boi Francisquinho _____	108
Figura 4: Rio Urupadi _____	108
Figura 5: Comunidade Nossa Senhora do Pedreira _____	109
Figura 6: Apresentação do Boi Teimosinho na Comunidade Nossa Senhora do Pedreira _____	109
Figura 7: Pier de Atacoatiara _____	113
Figura 8: Hiléia do Nascimento Palmeira, Candido Azevedo Calixto dos Santos, Francisco Lira Nascimento e Mestre Valmirinho, na casa de Lindomar Guimarães Silva _____	115
Figura 9: Evaldo Galdino da Silva _____	116
Figura 10: Boi Mina de Ouro _____	117
Capítulo 5	
Figura 1: Pajé faz anotações em seu caderno de pesquisa _____	138
Figura 2: Mural retratando a transformação de pajés em plantas de cura _____	138
Figura 3: Basne Puru Yuxibu: História da aranha encantada _____	139
Figura 4: Fachada do Itaú Cultural _____	140
Figura 5: Mural do coletivo Mahku no MAM-SP _____	142
Figura 6a: Pintura assinada pelo coletivo Mahku em paredes do Hospital Matarazzo _____	143
Figura 6b: Pintura assinada pelo coletivo Mahku em paredes do Hospital Matarazzo _____	143
Figura 7: Kape Tawã Pukeni: História do Jacaré _____	143
Figura 8: Tempo da Correria e Tempo do Cativo _____	145
Figura 9: Tempo dos Direitos _____	146
Capítulo 7	
Figura 1: Logotipos turísticos nacionais _____	178

Capítulo 8	
Figura 1: Composição do capitalismo cultural-digital _____	213
Tabela 1: Dez maiores empresas do mundo _____	215
Capítulo 12	
Tabela 1: Modos de forjar o independente _____	308
Capítulo 13	
Figura 1: Sobre <i>Óna</i> (Coletivo Crua, 2014) _____	329
Capítulo 14	
Figura 1: Retratos no corredor de um apartamento _____	339
Capítulo 15	
Tabela 1: Preferência de intérpretes do Brasil _____	361
Tabela 2: Partido (preferência) _____	366
Tabela 3: Partido (filiação) _____	366
Quadro 1: Carreiras institucionais _____	371
Quadro 2: Práticas capitais de marxistas capitais _____	371
Quadro 3: Obituário de Gildo Marçal _____	374
Quadro 4: A mão invisível do marxismo à brasileira _____	375

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO _____	15
PRELÚDIO: CIÊNCIAS SOCIAIS E ARTE _____	35
CAPÍTULO 1 – GEORG SIMMEL E A HETERONOMIA DA ARTE CONTEMPORÂNEA _____	37
Glauca Villas Bôas	
Algumas características da arte contemporânea _____	40
Modernidade e heteronomia da arte contemporânea _____	45
PARTE I: IDENTIDADES/DIVERSIDADES _____	49
CAPÍTULO 2 – “CULTURA POPULAR” E “CULTURA BRASILEIRA”: RUPTURAS E PERMANÊNCIAS NAS PRÁTICAS DE MEDIADORES SIMBÓLICOS DA CIDADE DE SÃO PAULO _____	51
Maria Celeste Mira	
Mário de Andrade e Béla Bartók: a distinção entre o “popular” e o “popularesco” _____	53
Cupuaçu e Cachuera!: o lugar do “popular” na cultura brasileira _____	58
Projeto Cachuera! de Música: novos-antigos contornos da “cultura popular” _____	64
CAPÍTULO 3 – AUTONOMIZAÇÃO FUNCIONAL, PROCESSOS CIVILIZADORES E O CONSUMO NACIONAL DE FRAGRÂNCIAS _____	73
Maria Salete Nery	
Características do consumo: primeiras inquietações _____	76
Os cheiros e o sagrado _____	83
Civilização e perfumes _____	88
Considerações finais _____	95

CAPÍTULO 4 – IMPLICAÇÕES NA CLASSIFICAÇÃO/DEFINIÇÃO DE UM BEM CULTURAL: A PERSPECTIVA DE UM “VIAJANTE”	97
Edson Farias	
Sinalizando às “margens” de um percurso de encontros	100
Sujeitos culturais e suas homologias posicionais	118
CAPÍTULO 5 – POVOS INDÍGENAS, ARTE E MEMÓRIA: NOTAS A PARTIR DA EXPOSIÇÃO DA “UNA SHUBU HIWEA”	131
Ilana Seltzer Goldstein	
Introdução: em torno da noção de memória	131
Registro e transmissão de conhecimento entre povos ameríndios	133
“Una Shubu Hiwea”: uma exposição Huni Kuin na Avenida Paulista	136
PARTE II: SIMBÓLICO E MERCADOS	149
CAPÍTULO 6 – O MERCADO DE MICROAPARTAMENTOS NO CENTRO DE SÃO PAULO: INTERSECÇÕES ENTRE ECONOMIA E CULTURA NA CIDADE GLOBAL	151
Miqueli Michetti	
Os condicionantes do fenômeno dos microapartamentos	153
Transformações simbólicas e artifícios do discurso dos “apartamentos compactos”	156
A gramática coletiva sobre os microapartamentos individuais	162
As relações entre os microapartamentos e a cidade	170
Considerações finais: por uma convergência entre sociologias	173
CAPÍTULO 7 – NOVAS FORMAS DE ASSOCIAÇÃO ENTRE ESTADO E NAÇÃO: MARCA-NAÇÃO E A DESESTABILIZAÇÃO DE UM HÍFEN NA GLOBALIZAÇÃO	175
Michel Nicolau Netto	
Estado-nação e globalização	180
Estado-nação: a instabilidade do hífen	183
O valor da nação	193

Novos artífices e características das novas formas de associação do Estado com a nação _____	197
Conclusão _____	203
CAPÍTULO 8 – SIMBÓLICO E MERCADORIA: O CONSUMO CULTURAL-DIGITAL DAS FAMÍLIAS BRASILEIRAS _____	207
Elder Maia Alves	
Apresentação e sustentação da hipótese: a digitalização do simbólico e as novas práticas de consumo e gastos das famílias _____	210
O vetor internet – os dispositivos digitais móveis e fixos _____	217
Vetor TV por assinatura _____	225
Considerações finais _____	227
CAPÍTULO 9 – O ÁLBUM FONOGRÁFICO ENTRE A FORMA ARTÍSTICA E A MERCADORIA _____	229
Marcia Tosta Dias	
PARTE III: ESCRITURAS E TECNOLOGIAS _____	249
CAPÍTULO 10 – TRANSCULTURA: O PASSADO E O PRESENTE DA LITERATURA JUVENIL _____	251
Andréa Borges Leão	
O código popular da elegância _____	252
Cultura popular de massa _____	255
Transcultura _____	258
Conclusão _____	261
CAPÍTULO 11 – CULTURA DA CONVERGÊNCIA, CIRCULAÇÃO DA INFORMAÇÃO E EXPRESSÕES IDENTITÁRIAS NO MUNDO DAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS _____	263
Marco Antônio de Almeida	
Tecnologia, linguagem e circulação da informação nas HQs _____	265
Cultura da convergência e o mundo das HQs _____	273

HQs, TICs e representações sociais _____	278
Considerações finais _____	282
CAPÍTULO 12 – UNIDOS (NÃO NOS) VENDEREMOS: TRÊS MODOS DE INVENTAR A EDIÇÃO INDEPENDENTE _____	287
<i>José de Souza Muniz Jr.</i>	
Modo 1: Detrair os impostores _____	292
Modo 2: Positivar a experiência _____	296
Modo 3: Eleger passados _____	301
Comparando incomparáveis: levantar a aldeia _____	305
CAPÍTULO 13 – DOS CAMINHOS QUE SE ABREM: PRODUÇÃO E DIREÇÃO DE FILMES POR COLETIVOS NEGROS E A ZONA PORTUÁRIA DO RIO DE JANEIRO COMO PAISAGEM E POSSIBILIDADE DE NOVAS NARRATIVAS FÍLMICAS _____	311
<i>Ana Paula Alves Ribeiro</i>	
Introdução _____	311
Sobre a cidade, suas paisagens e seus cenários _____	313
Zona Portuária do Rio de Janeiro, um espaço em transformação _____	315
A Zona Portuária vai ao cinema: caracterizando o 72 Horas Rio Festival de Filmes _____	318
Para abrir os trabalhos, para abrir os caminhos: 2014 e o Coletivo Criativo de Rua (Crua) _____	321
Exu Óna, Senhor dos Caminhos das paisagens negras _____	323
Caminhos da cidade: algumas conclusões _____	326
CAPÍTULO 14 – FOTOGRAFIA, GÊNERO E NARRATIVA SOCIAL _____	331
<i>Alexandre Bergamo</i>	
Critérios de seleção e apreciação de fotos _____	333
Levando bronca: aprendizado sobre o uso social da fotografia _____	336

O álbum físico e o álbum virtual _____	345
Conclusão: o registro e a "prática social" _____	348
EPÍLOGO: SOCIOLOGIA DA CULTURA E CIÊNCIA _____	351
CAPÍTULO 15 – SOCIOLOGIA DA CULTURA E MARXISMO NO BRASIL _____	353
Lidiane Soares Rodrigues	
Marxismo entre campos: política e ciência _____	353
A prática-capital de um agente coletivo: leitura _____	355
A dinâmica e interdependência de uma oposição estruturante _____	361
No topo: a integração do espaço _____	362
Faixa 2: dispersão e integração em torno da oposição estrutural (partido e universidade) _____	366
Ser de um parecer: o marxismo e seus feitiços _____	372
REFERÊNCIAS _____	379
INFORMAÇÕES SOBRE OS AUTORES _____	413

INTRODUÇÃO

Edson Farias, Dmitri Fernandes e Bruno Couto

Se, para além da execução de protocolos, os rituais são ocasiões de dramatização de aspectos cruciais de uma sociedade ou tão somente de um grupo, a realização do I Encontro Brasileiro de Pesquisadores(as) em Arte e Cultura nas Ciências Sociais¹, ao mesmo tempo em que permitiu a inflexão sobre o desenvolvimento da subárea sociologia da cultura no Brasil, evidenciou traços da repercussão das pesquisas, estudos e reflexões sobre arte e cultura no cada vez mais amplo espaço epistêmico e institucional socioantropológico.

Durante os três dias do evento, seis painéis e três conferências se sucederam, reunindo um total 24 expositores(as), representativos(as) de instituições de ensino e pesquisa, localizadas em diferentes regiões do país. O encontro dessa diversidade esteve pautado por um conjunto de problematizações que ao se cruzarem, constituíram-se no debate contemporâneo sobre arte/cultura. Sempre tendo em conta a polissemia própria à ideia de cultura e o quanto a crescente transversalidade dessa mesma ideia nos mundos sociais incrementa ainda mais os efeitos polisêmicos. Nesse sentido, estiveram em pauta: a oposição entre simbólico e mercadoria; o triângulo composto por estéticas, ontologias e identidades; o entrosamento de cultura, cidade e patrimônios; igualmente, a tensa via de mão dupla entre geopolíticas, civilizações e geoculturas; mas também as figurações envolvendo escrituras, leituras e tecnologias. Ainda, por síntese, as implicações mútuas das investigações e exercícios do pensamento focalizando arte/cultura e ciências sociais.

As falas desses(as) tantos(as) pesquisadores(as) deixaram entrever a complexidade ostentada por um espaço de conhecimento definido

¹ Evento organizado pelo Grupo de Pesquisa Cultura, Memória e Desenvolvimento (CMD), no Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Brasília, entre 19 a 21 de setembro de 2017.

pela sincronia estabelecida por múltiplos planos empíricos com uma variedade de abordagens. Confluências textuais estas que interagem com o repertório clássico e contemporâneo das ciências sociais, mas não se abstêm, da interlocução interdisciplinar com a filosofia, história social e cultural, das muitas facetas dos estudos culturais, teoria literária, geografia cultural, história da arte e outros saberes. Não caberia, contudo, outra atitude em função das já aludidas polissemia e transversalidade dos processos culturais atuais.

A história das ciências sociais, no tocante às disciplinas que a compõe, está intimamente correlacionada à maneira como a ideia de cultura adquiriu importância e se enraizou no cotidiano de vastas parcelas da humanidade, desde o século XIX. Elevada à condição de ideário, categoria explicativa e fórmula de compreensão, classificação e justificação de processos de continuidade ou de mudança histórica dos mais diversos matizes situados em áreas geográficas e sociais tão distintas. A partir da concepção alemã de “formação espiritual”, desde a metade final do século XVIII europeu, com a intervenção discursiva de Herder, sobretudo mediante o romantismo, alastrou-se tanto a cobrança pelo reconhecimento da autenticidade afetivo-sentimental dos indivíduos quanto em favor da dignidade étnico-histórica dos povos. A ideia de cultura tomou corpo conceituando encaminhamentos comprometidos com a especificidade, ressaltando a procura pelo autêntico e a favor das disposições vitais. Reivindicando as fronteiras de um mundo à parte mas comum a todos e, por outro lado, não se subsumindo nas engrenagens cotidianas da mediocridade, nas suas versões do utilitarismo e da disseminação da democracia e do dinheiro, os artífices do romantismo acabaram por contribuir decisivamente na montagem de uma autoimagem do artista; principalmente, os efeitos desse movimento estético-filosófico se confundem com a elaboração da cultura como forma de compreensão a respeito dos sistemas de práticas caracterizados pelo respeito aos sentimentos nos seus artefatos e domínios, cujo valor é destacado pela concentração moral-afetiva. Conclui-se que a matriz artístico-intelectual romântica lega à ideia de cultura uma dúbia face,

ou seja, duas semânticas ao mesmo tempo emergiram, entrosando-se e opondo-se entre si, a saber, de um lado, aquela cuja prioridade é posta na especialidade da cultura como uma das divisões funcionais dos arranjos societários complexos modernos. De outro, o entendimento da cultura como um todo específico relativo a determinado modo antropológico de vida.

Respaldados por ambas versões da ideia de cultura desenvolveram-se respectivamente o ramo da sociologia da cultura e da antropologia. Nos rastros da teorização weberiana na qual o processo histórico-universal de racionalização tendo por consequência o descentramento definindo linhas de ação diferenciadas, o olhar sociológico priorizou a emergência de esferas da experiência posicionadas umas em relação às outras, mas portadoras de sentidos próprios que homogêizam as condutas em seu perímetro de validade e resistem a invasão por parte de sentidos alheios. Essa recusa é a condição da autonomia relativa no tocante à promoção da justificativa que é endógena a cada uma das esferas e lhes respalda a autoridade para se autodesignar. Em se tratando da esfera cultural, ainda nos rastros de Weber, este espaço se colocaria em disputa com a ética da fraternidade da religião, no instante em que também se define pelo fornecimento de bens voltados à salvação da rotina diária. Embora a salvação se dê no plano terreno, no qual a forma se impõe como um parâmetro, desta maneira, o juízo de valor moral é substituído pelo gosto (WEBER, 1974, p.300-303). Já na outra cognição, a perspectiva antropológica enfatizou a semântica da cultura pelo viés dos modos de vida e/ou sistemas simbólicos, portanto, importa o entremeado de representações, valores e normas com impactos nos comportamento dos indivíduos; trata-se de um arranjo simbólico-normativo manifesto em rituais, mas também na cotidianidade de costumes e hábitos pelos quais a dinâmica de um conjunto societário prossegue.

Contudo, nas últimas décadas, alterou-se consideravelmente o entendimento socioantropológico sobre a cultura. A perspectiva funcionalista que privilegia normas e valores na definição da cultura tem

sido sempre mais interrogada e substituída pela angulação afável a apreender a cultura como um conjunto de símbolos expressivos de um *ethos*, nos rastros de contribuições como as de Victor Turner e David Scheneider e, em certa medida, os interacionistas simbólicos. Com isso, ressalta-se cada vez mais a natureza negociada da cultura (EISENSTADT, 1992, p. 64-87). Antropólogos como Geertz, à medida que se distanciam do imperativo estruturalista, no que este encerra a cultura como regras correlacionadas coagindo as atitudes individuais em situações particulares, dão relevo à ideia de cultura como um conhecimento tácito do mundo; conhecimento, porém, apenas semielaborado, como um esquema constituído por uma trama de significados a partir da qual, mediante negociações por parte dos agentes, alcançam-se formas satisfatórias de atuação em precisos contextos (GEERTZ, 2001, p. 11-141).

Vale ressaltar que, por força de pressões as mais diversas dispostas no atravessamento da questão cultural por distintos âmbitos, tornando-a um estratégico potentado transversal, hoje, assiste-se ao embaralhar de ambas semânticas (sociológica e antropológica). Para ilustrar, recorremos aos dois seguintes exemplos. Se estratégias devotadas à elaboração e ressignificação de identidades (étnicas, de gênero, geracionais, regionais e sexuais) reivindicam correções de narrativas e deixam em xeque parâmetros já consagrados da fase heroica da modernidade ocidental, nunca é demais observar que a força adquirida por lutas dessa natureza têm por fonte e arena – é cada vez mais evidente – a montagem de toda uma infraestrutura institucional para as atividades culturais e o alcance atingido pelos mercados de bens simbólicos. Nos circuitos de produção e consumo, então estabelecidos, o imaginário articulado pela formação discursiva da diversidade é a moeda das transações. Por outro lado, inerente à economia imaterial dos serviços, a intensificação dos trânsitos de pessoas, técnicas, ideias, entre outros aspectos, trouxe à pauta conexões, de início, inusitadas entre soluções etnohistóricas várias de sobrevivência e experiência, antes consideradas “tradicionalistas”, e artefatos tecnológicos sofisticados vinculados aos setores

de ponta da dinâmica capitalista. Tais atravessamentos, igualmente, se revelam fontes de novas contradições, a ver pelas correlações entre biodiversidade, biotecnologia, “biopirataria”, “pirataria” étnico-digital, disputas em torno dos regimes e direitos de autoria e da propriedade intelectual ou nas confluências entre tráfico de drogas e armas, mercado financeiro, turismo sexual.

A reboque dessas reverberações, o leque aberto nas abordagens no I Encontro de Pesquisadores(as) em Arte e Cultura estendeu-se de temáticas referidas à literatura, impressos e cultura material gráfica e editorial para abarcar os diversos mundos estéticos com seus regimes de autoria e instâncias de visibilização/consagração. O já amadurecido olhar socioantropológico sobre as obras e os contextos de formação e funcionamento dos itinerários e círculos intelectuais contracenou com a ascendente atenção aos circuitos restritos e/ou ampliados de produção e recepção dos bens simbólicos cujos traços deixam em xeque as delimitações tradicionais do artístico. Nesse diapasão, mediante muitas das comunicações, delineou-se uma larga agenda de pesquisa elaborada a partir dos fluxos da cultura do audiovisual e das culturas de consumo, mas igualmente pelas pautas das políticas públicas para o setor cultural e ainda pelas versões adquiridas pelo entrosamento entre cultura, moralidades e economia. As veredas abertas conduziram a objetos como moda, perfumaria, gastronomia, usos citadinos. Por outro lado, introduziram questões relativas à governamentalidade em que Estado e mercado se fazem cúmplices nas codificações dos lugares em espaços de entretenimento-turismo, a exemplo do que tem ocorrido com países e cidades escolhidos para sediar grandes eventos à maneira de Jogos Olímpicos e Copas do Mundo de futebol. No mesmo compasso das exposições, sobressaiu a importância obtida pelos processos de reposição de diferenças culturais e ressignificações/correções de memórias, ao lado das condições e efeitos das circulações transnacionais da cultura e do conhecimento.

Em seu conjunto, as falas deixaram por resultado o mapeamento das linhas de força que ora estabelecem o quadro dos interesses

na nossa subárea. Consideradas, deste modo, seja em suas respectivas particularidades seja na totalidade que conformam, as interpelações discursivas no evento integram o múltiplo panorama histórico-empírico que respalda a socioantropologia da esfera cultural contemporânea (FARIAS, 2017, p. 03-14).

Deste tão diverso quanto amplo quadro analítico-interpretativo instaurado durante o I Encontro Brasileiro de Pesquisadores(as) em Ciências Sociais, dois pontos nos parecem nevrálgicos. O referido mapeamento insinua, em um primeiro momento, os desdobramentos de contribuições fundamentais da sociologia da cultura na tradição intelectual e acadêmica brasileira presentes em obras assinadas, entre outros(as), por Roger Bastide, Antônio Candido, Gilberto Vasconcellos, Maria Isaura Pereira de Queirós, Fernando Dias Correa, Laura de Mello e Souza, Gabriel Cohn, Sérgio Miceli, Maria Arminda Arruda, Renato Ortiz, José Mario Ortiz Ramos. Algo assim nos lembra que, nos marcos metodológicos aliando história das ideias e dos conceitos à arqueologia/genealogia das formações discursivas, ainda permanece por se fazer pesquisas e estudos cujo foco esteja nas continuidades e dispersões temáticas, empíricas e teórico-metodológicas dispostas na regularidade própria ao curso das problematizações deflagradoras das pesquisas e reflexões acerca de arte/cultura no Brasil (FARIAS, 2016, p.583-614; FERNANDES, 2017, p.99-142).

Já o segundo ponto vem no decurso das décadas sucedentes aos anos de 1960, período notório por suspender os fundamentos racionais das disciplinas científicas, herdados do século XIX. Lembra Immanuel Wallerstein (2000) como certezas acerca da irreversibilidade da lei foram imoladas pela incorporação, entre círculos de cientistas naturais, da intervenção do tempo na operatividade das leis. E, com isso, eles passaram a situar aspectos históricos e subjetivos no seio dos seus esquemas de pensamento. Para o que mais nos interessa, ainda nos rastros de Wallerstein (2002), no mesmo período, deu-se o aumento do prestígio dos estudos culturais entre historiadores e antropólogos, pressionando a favor da intercessão das humanidades com as ciências sociais.

Intercruzamentos cujos resultados corresponderiam ao trânsito entre empreendimentos etnográficos e nomotéticos; ou seja, imiscuir-se-iam mutuamente modelagens quantitavistas e alternativas qualitativas de aproximação dos fatos socio humanos estudados.

Nesse mesmo caudal de transformações sócio-históricas com rebatimentos sensíveis no plano institucional e intelectual dos campos científicos, a ênfase interdisciplinar nas Ciências Sociais parece dialogar com a contínua reflexividade que marca seus desenvolvimentos cognitivos e institucionais. O que, por sua vez, revela o peso dos aspectos nãoempíricos nesse tipo de produção de conhecimento científico; aspectos estes que compõem propriedades da socialização do/a pesquisador(a) mediante o aprendizado que os/as habilita à pesquisa. Por isso, em sintonia com Alexander e Smith (p.135-150), os fundamentos nas Ciências Sociais são permanentemente acionados. A operação revela a impossibilidade de estabelecer consensos sobre a “natureza exata do conhecimento empírico”, além de deixar em dúvida a inviolabilidade de leis explicativas. A questão em torno da verdade proporcionada pelas nas nossas disciplinas se estenderia para além do plano empírico, incidindo sobre os tantos planos que a compreende.

Ao se olhar o revolvimento epistemológico, aqui tão somente resumido, importa sublinhar que, bem além de estar restrita à reprodução inopinada de fundamentos racionais, a história da montagem da sistemática cognitiva e institucional das ciências sociais é marcada pela contínua transformação de fatos corriqueiros em problemas e objetos de conhecimento e, desde aí, convertendo-os em modos de abordagem que pressionam reflexivamente os parâmetros epistemológicos das disciplinas das socioantropológicas até se inserirem nas maneiras mesmas como estas olham, teorizam, conceituam e apresentam discursivamente o mundo. Entre outros exemplos, uma vez mais, assinala-se o quanto reverberam os estudos culturais e pós-coloniais no imaginário e discurso sociológico e da antropologia. Isto, sob o impulso das transnacionalizações de vozes reclamando posição no espaço público planetário, em combate ao eurocentramento, às atualizações dos racismos, ao domínio

androcêntrico e à hegemonia heteronormativa. A ressonância dessas lutas democráticas no espaço socioantropológico é notada quando se leva em conta o relevo obtido pelas problematizações acerca das relações etnicoraciais, de gênero e diversidade sexual e a respeito de migrações (COSTA, 2006, 83-130).

Essas operações de transposição semântica e cognitiva que ocorrem no curso da historicidade das ciências sociais se mostram estratégicas, pois adquirem assonância na condição de sínteses expressivas e comunicacionais incorporadas às trocas públicas de sentido tanto no escopo da comunidade integrada por cientistas sociais quanto em circuitos mais largos e complexos de proferimentos de sentenças. Ou seja, a partir da figura de sínteses expressivas e comunicacionais, situam-se no leito das propriedades pelas quais e com as quais se tecem sentidos e são construídas e compartilhadas significações, viabilizando entendimentos, mas igualmente contribuindo na deflagração de conflitos. Sob esse ponto de vista, a escritura socio antropológica pertence aos modos de narrar¹. Quer dizer, estão em meio às fórmulas de estabelecer vínculos de pertinência e exclusão entre episódios/fatos/situações/agenciamentos/personagens pela intervenção de um tema que funciona à maneira de um eixo sobre o qual se desloca um desdobramento. Assim se gradua e, igualmente, nuança-se de determinado modo² a passagem do tempo. À luz de pensadores – Foucault,

¹ O que estamos denominando de “modos de narrar” se respalda no olhar lançado por Walter Benjamin (1975, p.63-81; GAGNANBIN,1994) sobre a habilidade dos narradores de transmitir as experiências oralmente ou por escrito de uma geração a outra. Habilidade esta que, sedimentada na história da humanidade, para o autor alemão, fundamentava-se na transmissão épica da verdade, a saber, na sabedoria que informa o narrar uma estória e expor, com isso, uma continuidade entre o acontecer presente e um acontecido. Para ele, o advento da modernidade em que se deu a cumplicidade dos cenários urbanos feéricos fabris e de velocidade com os meios técnicos de reprodução simbólica impuseram o declínio da arte de narrar, numa rotação cosmológica em que a novidade desqualificou a totalização amparada na exemplaridade do passado, na tradição.

² A Concepção apresentada de narratividade é elaborada a partir do empréstimo feito junto à compreensão proposta por Paul Ricoeur (1997, p.07); o autor propõe que a “configuração narrativa se encerra numa *refiguração* da experiência temporal”. Para sustentar sua proposição, Ricoeur desenha o esquema analítico e interpretativo fundado na triangulação mimética entre a “ordem da narrativa e a ordem da ação e da vida.” Tríplce relação que, entende, consiste na refiguração da experiência temporal em um terceiro momento, aquele da “*mimese*”.

Habermas, Rorty e Derrida, para citar os mais representativos – que exploraram as implicações da linguagem na teoria do conhecimento, mas também na delimitação e funcionamento das epistemologias científicas, conclui-se que, por ultrapassar a dimensão cognoscente, a condição discursiva da prática socioantropológica se impõe um estruturante do saber das ciências sociais.

Exatamente, na medida em que se ocupa do entretido composto por processos de simbolização e a orientação dos cursos de condutas humanas, as pesquisas em arte/cultura nas ciências sociais contribuem para o entendimento das convergências entre as condições bioevolutivas e histórico-universais e o plano das correlações sócio-históricas e institucionais que estruturam as linguagens como práticas habilitadas a significar outras práticas. Isto é, essas investigações desvelam as dinâmicas históricas e os padrões internos às circunstâncias da sintonia estabelecida pelas linguagens entre as dimensões subjetivas e objetivas das relações sociohumanas. Sabendo-se que, mediante essa sintonia, as linguagens são autorizadas a tornar as demais práticas expressivas, ao mesmo tempo em que são compreensivas aos seus realizadores, mas aptas às trocas públicas de sentido. Talvez, em razão de perseguir a economia unificada das práticas e dos símbolos, as pesquisas sobre arte/cultura contribuam de maneira decisiva na rotação epistemológica pela qual a questão da linguagem é resgatada de mera coadjuvante à posição estratégica não só na definição do social, sobretudo, à realização mesma do exercício socioantropológico. Esta suspeita ainda padece de um tratamento mais consequente (FARIAS, 2016, p. 136-151).

Os 15 capítulos deste livro são representativos das tantas linhas temáticas e de abordagem, além das problematizações desveladas ao longo do I Encontro Brasileiro de Pesquisadores(as) em Arte/Cultura nas Ciências Sociais. Porém, o livro não repete as divisões do evento. Nele, a prioridade se desloca das provocações feitas aos/às participantes do Encontro para os resultados apresentados mediante as diversas falas. Com isso, as três grandes partes em que se organiza o encadeamento dos capítulos respondem às problemáticas que obtiveram maior

destaque naqueles três dias. São elas: identidades/diversidade, simbólico e mercados, escrituras e tecnologias. As extremidades do livro estão compostas, respectivamente, por colaborações que refletem as relações entre sociologia da cultura e outros ramos da vida do espírito, no caso a arte e a ciência.

Prelúdio: Ciências Sociais e Arte

Aparentemente, em *Georg Simmel e a heteronomia da arte contemporânea* Glauca Villas Bôas ratificaria a distância entre as formulações do pensador alemão aos desgnios da arte contemporânea. Em especial porque, ao contrário das prerrogativas simmelianas, a tendência prevalecte nas motivações artísticas contemporâneas seria diluir as molduras e fazer imergir a arte no turbilhão tão múltiplo quanto pulsante do cotidiano, com seus interesses e demandas continuamente conflitantes entre si. A tocada do texto vai no andamento, portanto, desse distanciamento. No diálogo com intérpretes da sociologia da arte – Nathalie Heinich, Vera Zolberg e Roberta Shapiro –, as autoras apreendem essa pulsão cujas consequências deixam para trás a autonomia em favor do desmonte dos nichos e mesmos dos objetos artísticos na medida que estes se tornam sempre mais difusos, precários e efêmeros. Para surpresa do leitor, no entanto, Villas Bôas conduz a argumentação para uma direção inusitada: deixando de lado artistas e curadores e, com eles toda a parafernália da divisão funcional que hoje ergue os cenários dos circuitos artísticos, foca nas subjetividades que transitam em busca dos estímulos provenientes desses bens simbólicos. Nesse instante, reencontra-se com a sagacidade simmeliana atenta ao recurso da moldura no espaço das exposições em galerias, novidade surgida no final do século XIX europeu. Notava Simmel que as galerias não favoreciam a contemplação concentrada numa unidade e, sim, o incremento da dispersão acionada pela diversidade de focos. Logo, iniciava-se a saga em que os bens artísticos se colocavam em função de espectadores, a um só tempo, ávidos e indiferentes.

Ora, estavam dados os sinais de uma arte que, no afã de proximidade com os indivíduos investidos dessa economia emocional, distanciou-se do conforto dos altares e, no reverso da medalha, profanada, desfaz-se para reaparecer em outros suportes e matérias, num girar incessante.

Parte I: Identidades/Diversidades

O capítulo “*Cultura popular*” e “*cultura brasileira*”: rupturas e permanências nas práticas de mediadores simbólicos da cidade de São Paulo desvela a importante contribuição que Maria Celeste Mira tem dado ao debate sobre cultura popular no Brasil, prosseguindo com o legado de Renato Ortiz, ela destrincha os inúmeros processos histórico-sociais que têm atualizado a categoria de cultura popular enquanto uma construção discursiva capaz de mobilizar práticas e disputas, mas com formas e conteúdos que variam com o tempo. Nesse sentido, o capítulo é uma tentativa de escrutinar a evolução dos discursos dos agentes ligados à cultura popular no Brasil ao longo dos primeiros anos do século XXI, demonstrando como os novos intelectuais da cultura popular atualizam essa categoria por meio tanto da rejeição como da manutenção e aprimoramento de concepções desenvolvidas ao longo dos séculos XIX e XX. Para tal, recorre às trajetórias, práticas e discursos dos principais expoentes do chamado “folclore universitário” de São Paulo, revelando como noções como a valorização da cultura popular tradicional e a missão de preservação da cultura brasileira ainda se mantêm, mas agora convivendo com ênfases que se voltam para as diferenças regionais e locais em detrimento do nacional, bem como diálogos voltados para as novas políticas culturais e de turismo, sem deixar de rejeitar o processo de massificação promovido pelo mercado.

No seu ponto de partida, *Autonomização funcional, processos civilizadores e o consumo nacional de fragrâncias*, de Maria Salete Nery, consta a posição estratégica desempenhada pelo olfato num ramo econômico cuja envergadura tem significativa importância no Produto Interno Bruto brasileiro e global. Insumo básico da indústria dos perfumes e

cosméticos, no texto, o aroma é perscrutado numa dupla dimensão: de um lado, aquela dos usos contemporâneos, tendo por suporte empírico os resultados da aplicação de um questionário entre usuários de perfumes na cidade de Cachoeira, situada no Recôncavo baiano; de outro, a reconstrução de uma dinâmica sócio-histórica na qual se efetiva esse mesmo uso, em especial nas seções sociais de menor poder aquisitivo das regiões Norte e Nordeste, em que as marcas etnicorraciais são ressaltadas. Nesse sentido, a seletiva e original apropriação da teoria dos processos civilizadores, de Norbert Elias, com ênfase numa análise das práticas, redirecionada aos costumes de higiene e embelezamento, faculta o exercício de desnaturalização sociológica de certezas tácitas que potencializam uma materialidade, a princípio, incluída entre os bens supérfluos, inserir-se entre os itens de primeira necessidade com decisiva ingerência econômica.

À luz do problema em torno da reflexividade nas ciências sociais, *Implicações na classificação/definição de um bem cultural: a perspectiva de um “viajante”*, de Edson Farias, dialoga tanto com a discussão sobre tradutibilidade intercultural em James Clifford, quanto com o debate sobre a objetivação do sujeito da objetivação sociológica, tal como se apresenta em Pierre Bourdieu. Uma e outra vertente são mobilizadas ante duas interrogações referentes à relação entre pesquisador e agentes e grupos culturais locais; questões que se levantaram durante a viagem de campo, realizado em 2016 pelo pesquisador, por conta da realização do “Processo de Instrução Técnica do Inventário do Reconhecimento do Complexo Cultural do Boi-Bumbá do Médio Amazonas e Parintins”, na execução do convênio entre o Grupo de Pesquisa Cultura, Memória e Desenvolvimento da Universidade de Brasília e o Departamento de Patrimônio Imaterial do Instituto do Patrimônio Histórico Artístico Nacional. São elas: de um lado, os efeitos sociodiscursivos do recurso ao léxico “cultura” como fator de mediação e tradução na interação dos polos acima referidos; de outro, as condições sócio-históricas de possibilidade não só do encontro, sobretudo, da posição de tradutor ocupada pelo pesquisador. Leva-se ao *status* de objeto de pensamento

a dupla autoridade (legislativa e cognitiva) deste último e suas implicações na classificação/definição de um bem cultural.

Em *Povos indígenas, arte e memória: notas a partir da exposição da “Uma Shubu Hiwea”*, Ilana Goldstein registra a recente experiência de uma exposição de arte organizada pelo Itaú Cultural de São Paulo, na qual objetos artesanais, pinturas sobre parede e tecido, fotografias, registros em áudio e vídeo da etnia indígena Huni Kuin ocuparam dois andares da instituição de dezembro a fevereiro de 2018. Segundo a autora, a exposição tinha como principal objetivo transmitir as tradições da etnia, retomando o seu passado com vistas a garantir um novo presente para aquele povo. A partir dessa experiência, Ilana Goldstein adentra no tradicional debate acerca das relações entre memória e história, tão caro a sociólogos, antropólogos e historiadores, para então refletir sobre como os povos indígenas têm se interessado cada vez mais em registrar seus saberes e difundir suas expressões culturais, mobilizando para isso uma série de modalidades de registro e transmissão de conhecimento forjados a partir de interações com especialistas, ONGs e o Estado (produção cinematográfica, editoração de livros, patrimonialização estatal, bem como a organização de exposições). Desse modo, a autora chama a atenção para a disseminação de práticas que combinam memória, história e arte com o intuito de preservar e transmitir as tradições indígenas, aliando esse interesse com outros objetivos culturais, estéticos e acadêmicos.

Parte II: Simbólico e mercados

Em *O mercado de microapartamentos no centro de São Paulo: interseções entre economia e cultura na cidade global*, Miqueli Michetti retoma o crescente debate a respeito dos atravessamentos entre dinâmicas econômicas e culturais nas cidades contemporâneas, tomando o mercado de apartamentos compactos em São Paulo como objeto de análise. Ao destrinchar os condicionantes históricos, os *ethos* dos atores sociais, bem como os discursos simbólicos de resignificação que estão na base do

recente fenômeno de valorização e expansão dos microapartamentos no centro de São Paulo, Michetti demonstra como formas de morar, práticas culturais, atividades econômicas e organização urbanística estão absolutamente intrincadas na metrópole contemporânea. Ao longo do texto, a autora sublinha como a centralidade dos valores de mobilidade, globalidade e diversidade nos processos de criação tanto da relevância social e simbólica dos imóveis quanto da reputação identitário-distintiva dos moradores, aponta para as dimensões simbólica e econômica do ajuste entre oferta e demanda. Diante disso, Michetti reflete sobre as possibilidades de fazer convergir as Sociologias Urbana, Econômica e da Cultura, aliança capaz de descrever os diferentes usos da cidade, mudanças e continuidades nas práticas culturais de seus habitantes, bem como suas relações com tendências mais amplas como políticas urbanísticas e investimentos imobiliários, assim objetivando as múltiplas homologias existentes entre os espaços geográfico, simbólico e social.

Ao contrário do que previsto por alguns autores, para Michel Nicolau Netto a globalização não significou o fim do Estado-nação, que não apenas se mantém operando, mas mesmo opera como um elemento central para a própria produção da globalização. Assim, em *Novas formas de associação entre Estado e nação: marca-nação e a desestabilização de um hífen na globalização*, o autor pergunta se Estado-nação não foi transformado. Essa não é uma pergunta nova, mas neste artigo vamos buscar explorá-la por um aspecto específico, a relação entre Estado e nação. Por isso, este artigo pode ser pensado como uma reflexão sobre o hífen. Faremos isso a partir de uma percepção: os Estados têm se demonstrado cada vez mais atentos à nação. Isso se demonstra pelas frequentes ações de promoção internacional das nações e pelo desenvolvimento de projetos de *marketing* denominados marca-nação. Argumento aqui que isso se dá pela simultaneidade de dois processos: de um lado, Estado e nação passam a operar na globalização, de forma relativa, autonomamente um do outro; de outro, a valorização das identidades, como elemento de uma economia simbólica global, eleva o interesse do Estado em controlar a nação,

o que faz, contudo, agora em um espaço em que outros agentes compartilham o mesmo interesse.

No capítulo *Simbólico e mercadoria: o consumo cultural-digital das famílias brasileiras*, Elder Alves lança mão de um vasto arsenal de dados empíricos para dar conta das transformações pelas quais os mercados culturais contemporâneos vêm passando, com foco na experiência brasileira. O autor argumenta que o processo de digitalização do simbólico – com integração das tecnologias digitais no dispositivo do smartphone e a emergência do *streaming* – vem levado a uma forte expansão das práticas de consumo cultural no âmbito da fruição de serviços culturais digitais. Nesse sentido, ele afirma que a Sociologia precisa se debruçar sobre a tarefa de realizar extensos mapeamentos empírico-descritivos com o objetivo de criar tipologias conceituais claras que, por sua vez, servirão como instrumentos para a construção de métricas exatas capazes de dar conta da expansão dessas novas práticas. Em vista disso, o autor realiza uma longa descrição estatística sobre as tendências de forte expansão de um dos mercados culturais mais importantes do país, o audiovisual, para então demonstrar como as metodologias de medição de consumo utilizadas pelos órgãos oficiais estão defasadas, revelando-se incapazes de abarcar a preponderância que o consumo de serviços culturais digitais vem adquirindo no dia a dia das famílias brasileiras.

Em que medida é possível falar da existência de formas artísticas e culturais fonográficas? Marcia Tosta Dias se põe a tarefa de responder essa questão em *O álbum fonográfico entre a forma artística e a mercadoria*. O capítulo se dedica a explorar aspectos desse tema, partindo da análise de dados sobre a atualidade do mercado fonográfico em que se destacam as plataformas digitais de compartilhamento de música, que tem nas faixas isoladas, os *singles*, a sua unidade básica de comunicação. Ao mesmo tempo, constata-se que o álbum fonográfico se mantém como artefato cultural distinto no conjunto das práticas culturais ligadas à música gravada. Os dois formatos, single e álbum são considerados como sendo as formas fonográficas essenciais. A partir de reflexões

sobre 1) os dados apresentados; 2) ideias a respeito das relações entre cultura e mercadoria e 3) questões teórico práticas importantes para a análise das formas fonográficas, apresenta-se o resultado de um modesto experimento de análise do álbum intitulado *Na cachola*, de Walter Garcia e Marília Calderón (produção independente, 2016).

Parte III: Escrituras e tecnologias

Andréa Borges Leão, em *Transcultural. O passado e o presente da literatura juvenil*, retoma o tema nevrálgico da relação de dependência cultural experimentada por países como Brasil, já que estariam na periferia dos sistema-mundo capitalista. O contraverso do tema atravessa a fundo o tema da formação e identidade nacionais. A sombra da falta de originalidade deixou rastros dos esforços contínuos no sentido de, ao se fazer o diagnóstico, habilitar meios para cobrir o déficit de autenticidade de uma cultura cuja marca seria tão somente importa modelos alienígenas. O caminho seguido por Leão é outro: estribada nas recentes formulações da sociologia da circulação transnacional do conhecimento e da cultura, a autora desviou a dicotomia entre erudito e popular, atendo-se ao problema da tradutibilidade tanto dos conteúdos e modelos literários quanto das transformações nas condições sócio-históricas na medida em que a industrialização impõe a larga escala de produção, circulação e consumo dos bens simbólicos como esquema ao mesmo tempo de negócio, organização empresarial e modalização dos gêneros artístico-culturais. O recurso à chave analítica da transculturalidade permite a Borges Leão articular uma longa história da emissão livreira voltada para o público infanto-juvenil no país ao processo de mundialização cultural definido pela crescente intensificação de padrões e formatos de edições, tecnologias de impressão, de protocolos de divulgação e vendas, entre outros aspectos. A rentabilidade obtida com a aplicação dessa modelagem se manifesta não somente na possibilidade de reavaliar o que antes era encarado apenas como mera cópia; em especial, Leão deixa ver como o ingresso

do “produto” estrangeiro que, a princípio daria conta da subalternidade do Brasil, contracenava decisivamente para as muitas apropriações de autores brasileiros, à maneira de José Mauro Vasconcelos, quando suas obras são vertidas em diferentes contextos linguísticos e nacionais.

No texto *Cultura da convergência, circulação da informação e expressões identitárias no mundo das histórias em quadrinhos*, Marco Antônio de Almeida se propõe a analisar como a disseminação das tecnologias da informação e da comunicação (TICs) tem influenciado as práticas culturais no mundo contemporâneo, principalmente no que diz respeito às relações de indivíduos e coletivos com os conteúdos culturais no âmbito de uma sociedade em rede, cada vez mais marcada pela presença de consumidores-produtores. Partindo desse contexto, o autor focaliza a análise no impacto que as TICs exerceram sobre os processos de produção, circulação e consumo de histórias em quadrinhos, levando à remodulação das estratégias de realização de criadores, do papel dos chamados intermediários culturais e da própria configuração dos públicos. Inspirado pela ideia de “Cultura da Convergência” de Henry Jenkins, Marco Almeida evidencia como a própria linguagem, as temáticas, bem como as práticas de atores vinculados ao universo das histórias em quadrinhos vão se reinventar sob a influência de processos como a convergência dos meios de comunicação, a emergência de uma cultura participativa e a formação de uma inteligência coletiva virtualmente compartilhada.

O capítulo *Unidos (não nos) venderemos: três modos de inventar a edição independente*, assinado por José de Souza Munir Jr., traz uma proposta extremamente sofisticada para as análises sociológicas de subcampos culturais e círculos intelectuais, pois abdica do costumez recurso à descrição morfológica de um dado espaço de posições em prol da objetivação dos modos pelos quais uma determinada crença é forjada e pelos quais, conseqüentemente, configura lugares e agenciamentos coletivos específicos. No capítulo, o autor descreve como o universo da edição independente se adensa e complexifica ao longo dos últimos 15 anos no Brasil e na Argentina, analisando principalmente os elementos discursivos que refundam o lugar do independente nos

espaços editoriais na medida mesma em que informam tomadas de posição e trocas específicas dos independentes entre si e deles com os públicos. Assim, José Muniz Jr. esmiúça as práticas e representações que levaram ao ressurgimento do independente como critério de classificação e hierarquização dos espaços editoriais brasileiro e argentino, demonstrando como o mesmo foi forjado enquanto crença capaz não só de organizar a experiência dos agentes envolvidos, mas também de fabricar sujeitos coletivos.

No texto *Dos caminhos que se abrem: produção e direção de filmes por coletivos negros e a Zona Portuária do Rio de Janeiro como paisagem e possibilidade de novas narrativas filmicas*, Ana Paula Alves Ribeiro retoma a discussão acerca dos cruzamentos existentes entre imagem, cinema e cidade, refletindo sobre como a cidade real é, antes de tudo, cidade imaginada, uma experiência urbana narrada e percebida através de fotos, músicas, peças e filmes. A partir daí, a autora se propõe a analisar como um determinado espaço recentemente reinserido à dinâmica urbana do Rio de Janeiro, a zona portuária do centro, tem sido representado nas produções audiovisuais de coletivos artísticos negros, sobretudo, no âmbito do festival de cinema “72 Horas Rio”. Acompanhando a participação desses coletivos no desafio que é proposta do festival, a saber, produzir um curta-metragem sobre a região portuária em menos de 72 horas, Ana Paula percebe como as narrativas filmicas são construídas enquanto registros de uma cidade em disputa, abarcando temas como: transformações da paisagem urbana pelos projetos de requalificação ligados a megaeventos esportivos; as percepções e tensões existentes entre os antigos moradores da região, os novos usuários e turistas; e, principalmente, o processo de restituição das memórias negras ligadas à região. Através da etnografia do festival, a autora demonstra como a produção audiovisual tem sido utilizada por esses coletivos como um instrumento de apropriação e reflexão sobre a cidade, um instrumento de ativismo político e cultural que possibilita a construção de uma diversidade de narrativas capazes de conjugar paisagem urbana, histórias individuais e coletivas, memórias e identi-

dades passadas e presentes. A autora, então, nos convida a pensar sobre a necessidade do diálogo entre Ciências Sociais, Cinema e Arquitetura, dentre outras áreas, para dar conta dessas experiências.

No capítulo *Fotografia, gênero e narrativa social*, Alexandre Bergamo volta-se para um objeto clássico dos debates em ciências sociais, a fotografia, considerando as diferentes possibilidades de apreensão da mesma tanto como objeto de análise quanto método de pesquisa. Para tal, Bergamo desenvolve uma interessante reflexão a partir de suas experiências pessoais vivenciadas enquanto fotógrafo amador, responsável por fazer as fotos de celebrações entre algumas famílias de classe média urbanas com forte orientação religiosa católica. A partir dessa “autoetnografia”, o autor revela como, naquela experiência, as fotografias eram produzidas e organizadas enquanto sociogramas responsáveis por documentar uma narrativa legítima sobre a história familiar. Ao mobilizar códigos e valores sociais desde a sua composição até a apreciação final nos álbuns, esses registros de uma experiência social dão forma e sentido para práticas sociais específicas. Tendo isso em vista, Bergamo reflete sobre as possibilidades de utilização da fotografia tanto como fonte quanto como registro, mas, sobretudo, como instrumento de reflexão e pesquisa de uma determinada experiência.

Epílogo: Sociologia da cultura e ciência

As nem sempre tranquilas relações entre as esferas política e cultural aparecem em *Sociologia da cultura e marxismo no Brasil*. Assinado por Lidiane Rodrigues, o texto tensiona a posição ocupada pelo marxismo em meio à profissionalização e à autonomia relativa obtida pelos campos acadêmicos das humanidades no Brasil. A singularidade da abordagem desenvolvida resulta da aplicação da modelagem boudiesiana ao tema que, de acordo com uma tendência consagrada de estudos, pesquisas e reflexões, ficaria restrito ou à história das ideias ou à sociologia da ciência/conhecimento. Deste modo, adquirem centralidade problematizações em torno das disputas por

distinção nos campos de saber em meio às quais são acionados mecanismos de visibilização e consagração de bens simbólicos. No instante em que toma por objeto o enraizamento do marxismo na universidade brasileira, perseguindo distintos estágios históricos dessa presença, a autora põe em tela, sem o menor pudor e medo de enfrentar, as lutas entre as diferentes versões dessa vertente de pensamento. Embates endógenos estes que contracenam com os enfrentamentos simbólicos dos marxistas com seus opositores, em um espaço no qual ocupam degraus inferiores. O surpreendente no curso da argumentação ocorre no momento em que Rodrigues flagra os efeitos da sua abordagem ao retomar o resultado da avaliação de um artigo de sua autoria. Em lugar de um revanchismo, do teor dos dois pareceres recusando a publicação do texto, a autora ressalta a transformação, em categorias de classificação, das vicissitudes próprias à participação do marxismo no âmbito universitário brasileiro.

PRELÚDIO
CIÊNCIAS SOCIAIS E ARTE

CAPÍTULO 1

GEORG SIMMEL E A HETERONOMIA DA ARTE CONTEMPORÂNEA

Gláucia Villas Bôas

Muita imaginação dedicou-se à invenção de estratégias para realizar a utopia de reconectar arte e vida ao longo do século XX. Algumas delas compõem especialmente a paisagem com a qual dialogará a obra da artista. Libertar o objeto de arte de sua inércia formalista e de sua aura mitificadora, criando “objetos vivos”, nos quais se pudesse entrever as forças, a processualidade incessante, a potência vital que a tudo agita. Misturar materiais, imagens ou mesmo objetos extraídos do cotidiano com os materiais supostamente nobres da arte. Livrar o espectador de sua inércia anestesiadora, seja através de sua participação ativa na recepção ou na própria realização da obra, seja através da intensificação de suas capacidades perceptivas e cognitivas. Libertar o sistema da arte da inércia instaurada por seu elitismo mundano ou sua redução à lógica mercantilista, expondo ou criando em espaços públicos, ou abrindo seus próprios espaços a outros públicos. Libertar a arte de seu confinamento em uma esfera especializada, para torná-la uma dimensão da existência de todos e de qualquer um, fazendo da vida uma obra de arte. Em suma, contaminar de mundo os espaços, os materiais e, sobretudo, a fabulação da arte; contaminar de arte, o espaço social e a vida do cidadão comum (ROLNIK, 1999, p. 2).

Nada poderia ser mais avesso à concepção simmeliana de arte do que a concepção de arte contemporânea. Enquanto o sociólogo alemão privilegiava a autonomia da obra de arte, soberana em seu isolamento e alheia às energias pulsantes de seu entorno (SIMMEL, 2016, p. 167-173), um forte e ruidoso movimento proclama a ligação da arte com a vida, convidando-a a descer de seu suposto pedestal

para imiscuir-se no mundo como um objeto entre outros. Agora não mais para ser contemplada ritual e religiosamente como fora a arte no passado, a arte contemporânea, dizem seus adeptos, pretende retirar o espectador de sua conformidade passiva, arrancando-o de sua costumeira zona de conforto e provocando-lhe reações inesperadas. A adesão entusiasmada à concepção contemporânea de arte modificou de tal forma o campo artístico, que a socióloga francesa Nathalie Heinich argumenta que o novo modo de pensar a arte inaugurou um paradigma artístico. Baseando-se na tese defendida por Thomas S. Kuhn no seu famoso livro *A estrutura das revoluções científicas*, Heinich classifica a arte ocidental em três paradigmas, clássico, moderno e contemporâneo, afirmando que o paradigma contemporâneo revolucionou o modo de exibir, compartilhar e até mesmo vender a arte.

Não foi apenas Heinich que tematizou a arte contemporânea. Vera Zolberg também se interessou pelo rompimento dos cânones e pela quebra das fronteiras da arte. Mas sua problemática foi outra. Ela argumenta que as rupturas ocorridas no campo artístico possibilitaram o reconhecimento de padrões estéticos provindos de grupos de outsiders como os loucos, os penitenciários ou aqueles oriundos de grupos étnicos, cujos trabalhos ficavam enclausuradas nos hospícios, nas penitenciárias ou nos museus etnográficos (ZOLBERG, 1997). Finalmente, Raymonde Moulin faz análise primorosa do mercado de arte, distinguindo o mercado das obras clássicas (antigas e modernas), legitimadas pelo mundo artístico, do mercado de arte contemporânea, no qual a especulação sobre o valor artístico e o valor de mercado de uma obra estão em constante negociação (MOULIN, 2007).

Não há dúvida quanto à contribuição das sociólogas para o entendimento das mudanças na esfera artística. Nenhuma delas, contudo, esclarece o motivo da enorme atração que a arte contemporânea exerce, a qual se traduz nas numerosas exposições, eventos, palestras, residências artísticas e prêmios realizados em pequenos e grandes centros urbanos, além das diversas publicações e sites que fazem circular o nome de artistas e suas obras. O que se pretende é levantar a hipótese de que o

fascínio pela arte contemporânea se deve justamente ao seu caráter heterônomo, que aproximando a arte da "vida", satisfaz as demandas de indivíduos que "dependem do estímulo mais tremendo e avassalador a fim de sentir alguma coisa" (SIMMEL, 2016, p. 163).

Em seu estudo sobre a modernidade, Simmel afirma que a busca incessante de estímulos faz parte do modo de vida do indivíduo moderno cujas emoções e sentimentos foram embotados pela frieza do mundo em que vivem. Ao mesmo tempo que indiferente e blasé, ele é carente de estímulo, movimentando-se entre os polos da anestesia e hiperestesia. O processo de especialização imprime um ritmo tão acelerado, agitado e nervoso que rouba a tranquilidade necessária para desfrutar dos objetos artísticos: "[...] é justamente a especialização dos nossos tempos que gera essa correria de impressão para impressão, essa impaciência no desfrute, a tentativa problemática de concentrar o máximo de estímulos, interesses e gozos em um mínimo de tempo." (SIMMEL, 2016, p 163).

Para questionar o problema da heteronomia/autonomia, da arte, retomei os ensaios *Sobre as exposições de arte*, publicado na revista *Unsere Zeit* em 1890 (SIMMEL, 2016, pp. 159-166) e *A moldura. Um ensaio estético*, publicado jornal berlinense *Der Tag*, em 1905 (SIMMEL, 2016, p.167-173). Neles, distinguem-se os conceitos de distância e proximidade, autonomia e heterodoxia, enquadramento e limite, com os quais Simmel trabalhou em boa parte de sua obra. No que respeita à arte, especificamente, tudo leva a crer que, para o autor, é no jogo entre isolamento e distância do mundo, afastamento e proximidade, autonomia e heterodoxia eu a arte se mantém, se apresenta e recria a si própria.

Os intérpretes de Simmel têm demonstrado pouco interesse em reler as ideias do autor para compreender o mundo das práticas artísticas, preferindo interpretá-las nos seus próprios termos ou cotejá-las com as de outros sociólogos sempre com vistas ao desenvolvimento teórico seja na sociologia ou filosofia. No seu conjunto, essas interpretações corroboram o modo de pensar corrente que considera a sociologia simmeliana mais filosófica que instrumental e, conseqüentemente,

pouco proveitosa para a pesquisa empírica, fato que garante a permanência das ideias do autor em um nicho no qual são reverenciadas e evocadas sempre que é preciso ilustrar algumas das “grandes” questões da modernidade.

Neste escrito, entretanto, proponho uma reflexão sobre a arte contemporânea a partir de uma perspectiva simmeliana, considerando a contribuição do autor para pensar as categorias de autonomia/heteronomia como centrais para a compreensão das transformações que vem ocorrendo na arte.

Algumas características da arte contemporânea

Em contexto de dismantelamento dos cânones da arte, um processo veloz transforma os mais diversos objetos e ações em arte, exigindo sua entrada nos museus, a exemplo do grafite e do hip hop. A contingência do objeto artístico – agora muitas vezes validado pela fotografia, como é o caso de instalações e performances – opõe-se de uma vez por todas à materialidade e à duração da obra de arte. O que dizer de sua aura? Quem garante sua autoria? Nesse cenário de mudança, tensão e pluralidade, são muitas as combinações das formas artísticas, destacando-se, entretanto, a ênfase nos processos criativos em detrimento do próprio objeto artístico; além disso, percebe-se a ampliação de uma rede emaranhada de artistas, cujo movimento insiste nos gestos de transgressão e politização de seu trabalho artístico.

Essa movimentação no campo das artes visuais não é recente. Ela vem ocorrendo ao menos desde a década de 1960, quando críticos e artistas já propugnavam uma nova concepção de arte como ação e uma “nova política para o espectador”, que o encorajasse a participar das manifestações artísticas. Não se escondia a natureza política dos processos artísticos, contrários à autonomia da obra e à submissão do espectador ao objeto de arte. E por mais que se tentasse apaziguar o ânimo dos descontentes com a nova proposta estética, argumentando que a prática contemplativa tinha seu teor político e relacional, não houve

como conter a fermentação dos protestos (ERBER, 2015, p. 1-11). Nas últimas décadas, ocorreu uma radicalização daquelas propostas a ponto de se pensar “a arte como trabalho e vice-versa” (PUCU, 2017). As tentativas de explicação para tamanha transformação vão desde o fim da guerra fria e a globalização até a precarização do trabalho e a desestruturação das hierarquias nas esferas da família e do trabalho (SHAPIRO, 2007); elas incluem ainda abordagens de caráter individualizante que, ao relembrar a imagem do artista romântico e genial, a ela opõem o artista sensível aos acontecimentos de um mundo conflitado, que não deseja mais isolar-se em seu ateliê para criar uma obra única.

Na realidade, as formas de apresentação da arte, com ou sem moldura, na parede ou fora dela, no museu ou na rua revelam numa só mirada o quanto a arte tem se transformado. As molduras trabalhadas em madeira pesada que exibiam quadros da pintura barroca ou acadêmica, pendurados uns sobre os outros na parede, dão lugar a molduras menos rebuscadas, mais lisas, leves e claras que marcam boa parte da arte moderna. Por sua vez, obras ou processos artísticos classificados como arte contemporânea mostram-se ao espectador em instalações, performances, *land art* que aparecem e desaparecem em esquinas, ruas, praças, parques e florestas afastados dos centros urbanos, fora das paredes do cubo branco. O caráter efêmero e contingente da arte contemporânea desfecha um duro golpe na antiga concepção da obra de arte como objeto de permanente contemplação.

Ao uso de materiais duradouros, seguiu-se, na arte contemporânea, a utilização dos mais diversos materiais. Um exemplo disso é a obra *Musa Paradisiaca* do artista José Alejandro Restrepo, exibida na primeira exposição da Casa Daros, no Rio de Janeiro, em 2013. O trabalho se compunha de grandes cachos de banana pendurados no teto da sala, e que iam amadurecendo, exalando cheiro, mudando de cor até apodrecerem; entre os cachos de banana passavam fios muito finos que conectavam pequeninos monitores. Alguns monitores exibiam vídeos de massacres em plantações de banana da Colômbia enquanto outros mostravam o estudo feito por Restrepo sobre a origem da banana e

sua classificação como Musa Paradisiaca por Lineu (HERZOG, 2013, p. 66-71). O espectador que se aproximasse de um dos cachos de banana e o olhasse de cima abaixo, notaria um pequeno espelho pregado no piso; se inclinasse o corpo e voltasse o olhar para o espelho podia ver algumas das imagens em movimento nele projetadas. Decorridos alguns anos da exposição, quem quiser conhecer a obra do artista colombiano ficará limitado a sua documentação em fotografias publicadas no catálogo da exposição (HERZOG, 2013). O leitor (não mais o espectador), porém, não tem acesso aos filmes projetados nos espelhos, mas fica sabendo que formaram parte da obra através de uma entrevista com o artista feita pelo organizador do catálogo

Exemplos como o da *Musa Paradisiaca* poderiam se multiplicar. Trabalhos como esse não só causam espanto ao espectador (sobretudo àquele que não pertence ao mundo especializado da arte), como vem abalando a estrutura dos museus enquanto espaços de consagração e reconhecimento de obras e artistas, provocando uma renovação dos interiores dos espaços expositivos tradicionais. Além disso, as obras e os processos artísticos aos quais se atribui o nome de arte contemporânea, tal como a *Musa Paradisiaca* de Restrepo, impõem mudanças profundas nas formas de armazenamento, preservação e comercialização das obras ou processos artísticos, sendo vendidos as vezes sob forma de projetos.

Em *The contingent object of contemporary art*, [*A contingência do objeto artístico contemporâneo*] publicado em 2005, a historiadora norte-americana Martha Buskirk focaliza a quebra radical de padrões artísticos tradicionais como a autoria, a fisicalidade, a originalidade, a duração, o isolamento e a autenticidade. Uma questão importante discutida por Buskirk é a apresentação e disposição das obras da arte contemporâneas, que devido a sua contingência, a exemplo das performances, entram no museu como fotografia. O registro fotográfico ou fílmico de apresentações de coletivos de arte, performances, *land art*, segundo a autora, está se tornando o único meio capaz de permitir a apresentação a posteriori de objetos artísticos e garantir sua veracidade.

Buskirk se pergunta pelo tipo de evidência que a fotografia pode oferecer, apontando casos de performances feitas na rua, que não são anunciadas, não têm público nem enquadramento (BUSKIRK, 2005, p. 220). Fotografadas, essas performances estão longe de ter uma correspondência nas imagens. Segundo a historiadora, tais fotografias revelam que as ações performáticas são essencialmente inverificáveis, estando seu poder somente em evidenciar o quanto é preciso acreditar nas palavras do artista que descreve aquilo que ele disse que fez.

Enquanto Buskirk enfatiza a contingência das obras e as novas modalidades de documentá-las, Natalie Heinich chama a atenção para a “extensão da obra de arte para além da materialidade do objeto produzido”, fomentada pelo discurso do artista sobre seu trabalho. Não há obra ou processo artístico da arte contemporânea que dispense um texto escrito pelo artista, curador ou outro especialista, levando a socióloga a afirmar que “o discurso sobre a obra se tornou parte da proposta artística”. Em consequência disso, as interpretações de uma obra ou processo artístico passaram a conferir um caráter mais hermenêutico do que visual as obras da arte contemporânea. Heinich adverte, ainda, que o discurso sobre obra, na sua maioria, não diz respeito à própria obra nem à arte em geral, porém, fala da sociedade, enfatizando seus conflitos e problemas. Como afirmei anteriormente, a arte contemporânea, privilegia o caráter político e crítico das obras ou processos artísticos, acentuando a transgressão às normas e o embate direto com modos de pensar e estilo de vida considerados conservadores ou prejudiciais à vida social.

Outra característica a ser lembrada é o conjunto de mediadores e especialistas que a arte contemporânea requer para se por no mundo e relacionar-se com o público. Apesar da pulsão para juntar arte e vida, paradoxalmente a arte contemporânea torna cada vez mais difícil a relação direta com o público, necessitando não apenas do discurso do artista, mas do discurso dos educadores, curadores, críticos e muitos outros para atingir o público. Aparentemente este é um de seus paradoxos. Quanto mais perto do público maior a necessidade de explicação. Além disso, a produção, circulação, exibição

e comercialização da arte dependem cada vez mais de um conjunto de especialistas, tais como curadores de exposição, diretores de museus, arquitetos, designers, engenheiros e técnicos de iluminação, moldureiros, marceneiros, colecionadores, críticos, governantes, banqueiros e empresários. A sociologia da arte vem chamando a atenção para o caráter cada vez mais dependente da arte, atrelada a um grupo especializado de atores sociais para que possa “aparecer” no mundo (MOULIN, 2007; HEINICH, 2014).

A diferenciação e especialização no campo da arte, que chamava a atenção de Simmel no final do século XIX, vem ocorrendo de forma acelerada nas últimas décadas. A transformação de objetos em objetos artísticos exige um conjunto de operações especializadas, enumeradas por Roberta Shapiro da seguinte forma: deslocamento, renomeação, recategorização, mudança institucional e organizacional, patrocínio, consolidação jurídica, redefinição do tempo, individualização do trabalho, disseminação e intelectualização (SHAPIRO, 2007). O processo de artificação se define assim pela multiplicidade de instâncias de regulação e reconhecimento, que incluem o público, os jornalistas, os livros e revistas, os colecionadores, os júris, os diretores de galeria ou de festival, as comissões de atribuição de subvenções, as instituições públicas ou privadas que solicitam os artistas, os estatísticos, os historiadores e os sociólogos, as caixas de aposentadorias e de seguro-saúde, os recenseamentos entre outros (SHAPIRO, 2007). Segundo Shapiro, a multiplicidade dessas instâncias, incluindo grupos sociais muito diferenciados, confere o estatuto de arte a uma gama diversa e inesperada de objetos e ações.

Por fim, a contingência característica dos objetos artísticos contemporâneos, seu súbito aparecimento e desaparecimento, impõe sua exibição em espaço determinado com cores, luzes e outros dispositivos indispensáveis para a sua completude/concretude, seu aparecimento. Quando esses objetos são desfeitos, afirma Buskirk, eles correm o risco de perderem a autoria, pois quem poderá remontá-los novamente em outro lugar? O artista ou o curador? As obras vendidas como planos ou

projetos levantam o problema de quem poderá executá-las em outro lugar. Pode o artista delegar a instalação da obra a um terceiro ou terceiros? De quem seria a autoria então? A arte contemporânea suscita numerosos problemas que merecem um tratamento sociológico acurado, o que não é possível nos limites desses apontamentos que pretendem tão somente problematizar sua autonomia/heterodoxia.

Modernidade e heteronomia da arte contemporânea

Em *A moldura*, Simmel argumenta em favor do distanciamento da obra de arte, defendendo sua autonomia e natureza desinteressada. Longe de aproximar-se do espectador, a obra de arte entrega-se a ele como uma dádiva. Simmel afirma, também, que a moldura é um elemento indispensável à obra de arte pois que exerce a dupla função de afastar o exterior/ externo e dar unidade ao interior/interno (2016, p. 170). A atitude contemplativa do espectador fecharia o circuito da arte placidamente encerrada em sua unidade. Se contrastarmos as características da arte contemporânea, apresentadas acima, com as afirmações do autor, perceberemos de imediato duas concepções opostas e irreconciliáveis: de um lado distância e autonomia e do outro proximidade e heterodoxia.

Contudo, antes de aceitar *tout court* a polaridade das concepções de arte, é preciso acompanhar o movimento do pensamento de Simmel. Ao induzir o leitor a refletir sobre o objeto moldura, sua fisicalidade e história, Simmel chama a atenção para a ideia de enquadramento, não só de objetos, porém, das mais diversas dimensões da vida social; no ensaio *A moldura*, o tema do enquadramento se desenvolve em direções diferentes, sem deixar entretanto de convergir para o problema do limite, da fronteira, de qualquer demarcação cuja função, como vimos anteriormente, é afastar o exterior/externo para dar unidade ao interior/interno (SIMMEL, 2016, p.170). Muito embora os processos ou objetos artísticos contemporâneos não possuam molduras, a meu ver, continuam sendo enquadrados, seja no recinto fechado onde estão expostos

seja transformando-se na natureza como a *Spiral Jetty* (1970) de Robert Smithson, localizada em Rozel Point, uma praia do Great Salt Lake nos Estados Unidos. De resto, esses objetos e processos enquadram-se a posteriori em fotografias ou vídeos que se exibem em museus e outros espaços, ou servem para ilustrar livros com imagens, especialmente, os catálogos de exposições.

Na realidade, a noção de enquadramento associa-se à pergunta central do escrito de Simmel que quer saber em que medida objetos conformam um todo ou são apenas parte de um todo. Eis o problema chave. A autonomia e a heterodoxia definem, segundo o autor, todos os seres (pessoas e objetos) e não apenas obras de arte. Enquanto problema de natureza social e histórica, e não apenas estética, Simmel compara o cavaleiro medieval e o soldado do exército, o artesão autônomo e operário de uma fábrica, o município fechado e a cidade do Estado moderno, a produção caseira e a produção fabril, mostrando a perda da autonomia de atores sociais e comunidades com a chegada da industrialização e da economia monetária (2016, p. 172-173). Nesta tensão entre ser um todo (*Ganz*) dentro de uma totalidade (*Ganzheit*) vivem todas as partes da totalidade que aspiram ser um todo, assim como o indivíduo aspira ser um (todo) na sociedade.

Muito embora apregoe a autonomia da obra de arte de um mundo cheio de pulsões de toda ordem, Simmel conhece a situação da sociedade em que vive e presente não somente as tensões como as transformações da arte. Em *A moldura*, ele aponta uma situação dramática: a obra de arte enclausurada, seu ser por si mesma, que está no centro da argumentação, é atingida por uma tensão peculiar que o autor evidencia quando compara a moldura moderna e mecânica com a moldura antiga arquitetônica e orgânica, admitindo a tensão da obra de arte – em tempos modernos – proveniente do fato de ser um todo dentro de uma totalidade, como mostrei anteriormente.

É justamente a tensão da qual Simmel fala, no final do seu ensaio, que pode ser retomada aqui. Aparentemente a arte rompeu com a tensão característica da modernidade dos tempos de Simmel. Ela quer

cada vez mais se instalar na totalidade da “vida”, a provocar estímulos e surpreender o espectador. Para isso, a arte abdica de sua posição de ser um todo dentro de uma totalidade, recusando sua autonomia e unidade. Enquanto processos artísticos contemporâneos prescindem das paredes, objetos do cotidiano são arranjados em suportes que se prendem às paredes. Ao movimentar-se a arte torna-se parte de uma totalidade, sujeitando-se a todas as pulsões de um mundo profano. Suspeito que quanto maior o intrincado das teias de relações sociais e mais intenso o ritmo acelerado da modernidade, como Simmel mostra em capítulo intitulado *Estilo de Vida de Filosofia do Dinheiro*, maior é a necessidade de excitação e estímulos sentida pelos indivíduos de toda sorte. A arte encerrada na moldura e separada do mundo exterior vai, paulatinamente, através do tempo, se desvencilhando dos acessórios que a deixam distante do espectador para entrar cada vez mais no âmago da “vida”. Sua autonomia se perde em função da necessidade de sentir tudo mais próximo, e não apenas isso, mas do que já falara Weber sobre a pulsão aquisitiva do indivíduo moderno de ter sempre mais e à sua disposição. Seja física ou simbolicamente, a arte perde a autonomia. Também ela quer estar conectada às energias de todo tipo.

Creio que esse movimento da arte em direção ao “mundo” ou à “vida” pode ser esclarecido à luz dos ensinamentos do próprio Simmel sobre a cidade e o indivíduo moderno, sobretudo os inscritos em *Filosofia do Dinheiro* e no ensaio “Sobre exposições de arte”, que antecederam a publicação de *A moldura* em 1905. Em “Sobre exposições de arte”, o sociólogo escreve sobre o novo modo de apresentação da arte em galerias, recintos pequenos onde quadros com diferentes conteúdos se encontram muito próximos um do outro (BUENO, 2014, p. 115-126), induzindo o espectador a ver quadro atrás de quadro com rapidez, olhando muitas obras em curto espaço de tempo, às vezes, de mais de um artista. Nesses locais não haveria lugar para as grandes personalidades artísticas, mas para a diversidade; as galerias seriam por excelência o *locus* da unidade de múltiplos objetos reunidos de uma só vez. Se ao espectador era possível voltar aos mu-

seus a qualquer tempo para rever uma obra exposta permanentemente, o mesmo não seria possível nas galerias devido ao caráter temporário de suas exposições, sempre desmontadas para dar lugar a outras. As galerias de arte atenderiam às demandas de indivíduos ávidos por novidades. Possivelmente, devido a essa condição do moderno, a arte se imiscui nos mais inusitados recantos da vida cotidiana. Numa sequência de distância e proximidade, a autonomia da arte varia em função dos reclamos de estímulos e sensações, provocados pelo amortecimento da sensibilidade na vida moderna. Aquilo que está próximo, ao estimular e excitar, põe em marcha um movimento sem fim que, somente provisoriamente, tranquiliza os indivíduos modernos, inquietos e insatisfeitos.

Os críticos, os curadores e os artistas contemporâneos ocupam-se do mesmo indivíduo moderno de que fala Simmel, amortecido e amordaçado pelo seu estilo de vida. A diferença entre eles e o sociólogo não está apenas na duração de tempo que os afasta na história, nem nas características específicas da modernidade aqui e lá, no tempo e no espaço. Encontra-se antes no ceticismo simmeliano que impede o autor de propor uma solução para a insaciedade dos modernos. Quantas vezes seria necessário retirá-los de sua zona de conforto e contaminá-los com a arte para que realmente deixassem de lado sua indiferença e passividade? Não se sabe. O que interessa é o jogo de aparecer e desaparecer de modo contínuo, provocar e apaziguar, intercalar ruído e silêncio. Destituída de autonomia, arte se deixa impregnar (ou contaminar para usar uma palavra tão em voga) pela pulsão de ter sempre mais, objetos e processos, múltiplos, diversos e simultâneos. Em ritmo cada vez mais rápido, ela segue repetindo os valores do mundo do qual se aproximou.

PARTE I

IDENTIDADES/DIVERSIDADES

CAPÍTULO 2

“CULTURA POPULAR” E “CULTURA BRASILEIRA”: RUPTURAS E PERMANÊNCIAS NAS PRÁTICAS DE MEDIADORES SIMBÓLICOS DA CIDADE DE SÃO PAULO

Maria Celeste Mira

É importante ter em mente que a própria ideia de “cultura popular” não se constituiria como tal sem a intervenção dos intelectuais. As atividades da vida cotidiana tradicional das classes populares, de diversão, devoção, arte, comércio etc. só se tornaram “cultura popular” por obra de grupos de mediadores simbólicos que, em determinado período histórico, o século XIX, as reuniu e assim as nomeou. Sendo fruto desse tipo de construção, na sua realidade conceitual, a “cultura popular” é dotada de conteúdos e formas que variam com o tempo, de modo que alguns elementos, em dado momento, pertencem e, em outros, deixam de pertencer ao conceito de “cultura popular”.

Desde a invenção do conceito pelos folcloristas do século XIX, cada escola ou movimento define e redefine o que é “cultura popular” em função de um conjunto de convicções estéticas e políticas dos grupos aos quais está ligado em sua época. Mas não sem carregar o peso do passado. Este é o caso daqueles a quem chamamos de “novos intelectuais da cultura popular”. Herdeiros de concepções que rejeitam – com as quais pretendem romper – e de outras que adotam e buscam atualizar, eles formulam novas visões sobre o significado da cultura popular e novas propostas de atuação a partir das práticas que a noção congrega. Muitas vezes, no entanto, suas ações e representações não são tão novas quanto eles creem que sejam.

A esse respeito, é bastante esclarecedor comparar a evolução dos discursos dos agentes envolvidos com práticas ligadas à cultura popular tradicional no início do terceiro milênio. Os exemplos aqui mencionados

foram extraídos da cena paulistana que poderíamos denominar de “folclore universitário” por sua proximidade, em vários aspectos, com o chamado “forró universitário”. De maneira sintética, a nova cena foi formada pela retomada do interesse pela música, dança e percussão vindas das práticas culturais tradicionais e populares por parte de jovens de classe média, em geral, brancos e universitários. Em São Paulo, na primeira metade dos anos 2000, o fenômeno atingiu seu apogeu, com o sucesso da Festa de Bumba meu Boi do Grupo Cupuaçu entre os estudantes da USP, com o surgimento de grupos de dança como o Cachuera! e o Maracatu do Baque Bolado, aos quais se sucederam dezenas de outros.

O grupo de dança Cachuera!, que tivera origem no curso de percussão do Prof. Paulo Dias, do Coral da USP, após um período de apresentações, constituiu-se como ONG e fundou sua sede no bairro de Perdizes, ao lado da PUC-SP. Tendo iniciado seus trabalhos em 1988, com pesquisa e documentação de contextos rituais nos terreiros de candomblé e festas do catolicismo popular, a Associação Cachuera! permaneceu ativa até 2018, não mais como grupo de dança, mas como produtora e vendedora de espetáculos cultos e populares tradicionais. O Grupo Cupuaçu manteve-se como grupo de dança, apresentando seus números o ano todo, mantendo o que consideram o tempo ritual do Boi que, no ciclo junino, ressuscita, dança e morre de novo para só voltar no mesmo período do ano seguinte. Além disso, o grupo apoia e é apoiado pelo cantor e compositor Tião Carvalho, cuja carreira artística já tomara seu curso antes da criação do grupo. É um dos poucos grupos envolvidos com cultura popular tradicional na capital paulista que tem sede própria, que se institucionalizou, formando uma sociedade civil sem fins lucrativos. Tendo começado suas atividades em 1992, o grupo Cupuaçu continua em atividade até esta data.¹

¹ Embora não seja o caso de discutir aqui o conceito de “cultura popular”, cabe o esclarecimento. Utilizo a noção de “cultura popular” para me referir à definição clássica construída por intelectuais, artistas e pensadores europeus a que se referem Peter Burke (1989) e Renato Ortiz (1992). No entanto, considero que seria melhor nomeá-la “cultura popular tradicional” como faz, por exemplo, o historiador E. P. Thompson (1998). Torna-se possível, desse modo, distinguir, sem excluir do universo das práticas populares, o que autores latino-americanos como Jesus Martín-Barbero (1987) e Renato Ortiz (1988) denominaram “cultura popular de massa”. Para um aprofundamento da questão, ver: Mira, M. C. (2016).

Outros grupos informais, associações e ONGs poderiam ser mencionados. Entretanto, Cachuera! e Cupuaçu se destacam pela ênfase que colocam em suas práticas ativas e discursivas na relação essencial entre as ideias de “cultura popular” e “cultura brasileira”. O interesse em relação a esses dois grupos repousa na tentativa de compreender quais as rupturas e as permanências que se pode perceber entre o discurso atual, representado pelos grupos Cachuera! e Cupuaçu e, de outro lado, o discurso recorrente no pensamento sobre “cultura popular” e “cultura nacional” característico de sociedades periféricas (ORTIZ, 1992) às detentoras da hegemonia cultural. Quando Johann Herder, em particular, e outros intelectuais alemães buscavam caracterizar a especificidade, o cerne, a essência de sua nação, encontraram-na na simplicidade das práticas culturais tradicionais dos camponeses, não contaminadas pelos maneirismos afetados, artificiais e, sobretudo, alheios ao espírito local. A partir de então, reuniram sob este rótulo um conjunto de práticas, sobretudo, os poemas, cantos, contos e lendas, músicas, danças, vindos das tradições orais, após terem sido cuidadosamente eliminados os aspectos considerados vulgares, licenciosos, grotescos. A mesma relação entre as noções de “cultura popular” e “cultura nacional” percorreram toda a história do pensamento brasileiro, até mesmo no período da ditadura militar². Trata-se do famoso par conceitual “nacional-popular” que se modifica, mas não desaparece na era do “internacional-popular” (ORTIZ, 1988).

Mário de Andrade e Béla Bartók: a distinção entre o “popular” e o “popularesco”

Mário de Andrade e Béla Bartók são dois dos grandes mentores do pensamento de Paulo Dias, diretor da Associação Cultural Cachuera!. Em *Os mandarins milagrosos*, Elizabeth Travassos (1997) procurou aproximar as concepções do musicólogo brasileiro às do compositor húngaro, em particular, o paradoxo que parecia envolvê-los: o de serem,

² Não é possível analisar, nas dimensões deste artigo, as várias formas de apropriação do “popular” relacionadas à construção da noção de “cultura brasileira”. Ver: Ortiz, R. (1985).

ao mesmo tempo, modernistas e tradicionalistas. Ambos haviam se formado em Música, conheciam a cultura erudita, ocidental, europeia, frequentavam os salões mantidos por damas cultas da sociedade, mas romperam com todos esses padrões por considerá-los algo exterior à cultura de seus países, uma cultura vinda de fora, simplesmente copiada pelas elites. Esta postura contrária à imitação da cultura estrangeira, na época, a das cortes francesas, os levou a buscar, na expressão de Elizabeth Travassos (1997), “o novo no velho”, ou seja, a procurar a originalidade da cultura nacional nas tradições do povo, sobretudo nas canções populares. Para tanto, partiram em viagens de pesquisa. De acordo com a síntese da autora, “Mário de Andrade fez coleta sistemática na viagem ao Nordeste (1928-29), nas incursões na periferia de São Paulo e no interior paulista (1931-1937), além da “viagem etnográfica à Amazônia” (TRAVASSOS, 1997) e de anotar tudo o que via e ouvia sobre cultura popular. “Béla Bartók percorreu várias regiões do antigo território da monarquia húngara entre 1906 e 1918. Esteve no norte da Argélia em 1913 e na Turquia em 1936, sempre para coletar música popular” (TRAVASSOS, 1997, p. 12). A preocupação de ambos com a coleta desse material por meio de métodos científicos os aproximou de disciplinas como a Antropologia e a Etnografia.³ Ambos eram contrários a que a música popular fosse apreendida como mero exotismo e que assim fosse representada a nacionalidade. Era o que Béla Bartók via acontecer com a popularização da música cigana na Hungria, ainda ligada à Áustria e o que Mário identificava no meio urbano como música “semiculta” ou “popularesca” (ANDRADE, 1972 [1928]). Para os aficionados coletores de canções populares era necessário ir mais fundo até encontrar a sua versão autêntica: ela estava no campo para Bartók, no campo, no sertão ou na floresta, para Mário. Béla Bartók escavava até encontrar camadas arqueológicas da música e da arte magiar. Mário de Andrade queria mostrar que o Brasil já havia produzido o embrião de uma cultura própria capaz

³ Béla Bartók denominava o seu método de “folclore musical” (TRAVASSOS, 1997, p. 10). Mário de Andrade, após ter criado a Sociedade de Etnografia e Folclore, incentivou Dina Lévi-Strauss a ministrar, no Departamento de Cultura de São Paulo, um curso sobre o mesmo tema, ao qual assistiu integralmente (CERQUEIRA, 2010).

de germinar a nacionalidade. Revelando suas particularidades culturais, Bartók pretendia que a Hungria se libertasse de vez do domínio austríaco. Unindo ou separando, o objetivo de ambos era a construção de suas culturas nacionais nos territórios que consideravam seus países por meio do que entendiam como suas culturas populares (TRAVASSOS, 1997).

Como demonstrou Renato Ortiz (1985), a problemática do nacional-popular percorre todo o debate intelectual e político sobre o tema da cultura brasileira. Desde o final do século XIX, quando tem início a discussão sobre a possibilidade da constituição da nação em um país miscigenado até a elaboração do primeiro Plano Nacional de Cultura, em 1975, pelo Estado autoritário, o discurso sobre a nacionalidade invariavelmente se apresenta como continuidade, extensão, preservação da essência, dos valores do povo e da cultura popular. Isto porque, como este e outros autores apontaram em outros textos (ORTIZ, 1992; BURKE, 1989), “cultura popular” foi um conceito forjado para representar a nacionalidade, a essência de um povo. No Brasil, não foi diferente. Poderíamos lembrar aqui dos modernistas, em especial, como acabamos de ver, de Mário de Andrade; dos autores analisados por Ortiz em *Cultura brasileira e identidade nacional*, como Silvio Romero, Gilberto Freyre; dos pensadores do ISEB e do CPC; dos movimentos culturais dos anos 1960, como o Cinema Novo, o Teatro de Arena, a Música de Protesto, entre outros. Cada um deles, de acordo com suas convicções filosóficas, políticas e estéticas, reelabora a fórmula que vincula a noção de cultura popular à de nacionalidade.

Por mais que mudem os significados atribuídos à noção de cultura popular, um traço comum une todas suas representações. Ela é sempre vista como essência que percorre a história, da qual deve ser extraída, por assim dizer, a fragrância “cultura brasileira”. Renato Ortiz chama a atenção, no entanto, para a existência de dois planos práticos e discursivos entre o popular e o nacional. No caso da cultura popular – ou, como observa o autor, das “culturas populares” – estaríamos diante da vivência concreta, face a face, de grupos que atualizam suas tradições por meio da realização de seus rituais. Estaria-

mos diante do que Maurice Halbwachs (1990) denominou a “memória coletiva”, algo que só existe enquanto é sustentado por um grupo, no qual os sujeitos conhecem e representam seus papéis no teatro ou nos quadros da memória grupal. Já a identidade ou memória nacional, argumenta Ortiz, é um discurso de segunda ordem (1985, p. 137), na medida em que se refere a uma história que transcende os sujeitos e não se concretiza imediatamente no seu cotidiano (ORTIZ, 1985, p. 135). É por meio dessa construção discursiva que as culturas populares, na sua heterogeneidade, tornam-se “cultura popular”, no singular, e que a memória ou identidade nacional pode se apresentar como prolongamento e proteção da memória popular, como sintetiza o autor.

A pluralidade da memória coletiva deriva justamente do fato de ela se encarnar no grupo que a representa. Sua fragmentação não decorre de uma pretensa debilidade imanente ao popular, mas sim da diversidade dos grupos sociais que são portadores de memórias diferenciadas. Nada unifica um candomblé, um reisado, uma folia de reis, uma cavalhada, a não ser um discurso que se sobrepõe à realidade social. Memória nacional e identidade nacional são construções de segunda ordem que dissolvem a heterogeneidade da cultura popular na univocidade do discurso ideológico. A essência da brasilidade [...] é uma construção, e como tal não pode ser encontrada como realidade primeira da vida social (ORTIZ, 1985, p. 138).

A passagem de um a outro nível de elaboração implica a intervenção de mediadores. Eles são os intelectuais, não apenas no sentido de constituírem uma camada de especialistas com esta função na sociedade moderna, mas também de estarem envolvidos em lutas políticas e culturais, sendo capazes de interpretar a realidade e convencerem uma ampla gama de pessoas da veracidade de sua versão. Renato Ortiz classifica-os como “mediadores simbólicos”, os quais se apropriam da particularidade das culturas populares, reagrupam-nas e transpõem-nas para o plano universal. Nessa operação simbólica, os intelectuais agem como filtro, privilegiando alguns aspectos da cultura, mas, esquecendo outros. O que preside esse processo de mediação simbólica são os interesses que definem os grupos sociais, conclui o autor (ORTIZ, 1985, p. 142).

Sendo assim, os novos agentes envolvidos com cultura popular tradicional na virada do milênio, como os fundadores de ONGs, os organizadores de festivais e eventos oficiais, os mentores de políticas culturais podem ser considerados como os novos intelectuais ou os novos mediadores simbólicos da cultura popular na medida em que pesquisam, refletem e agem sobre um conjunto de práticas de outra classe que não é a sua, as classes populares, elaborando concepções sobre elas, visando à consecução de determinados fins.

Entretanto, nem sempre suas propostas visam à articulação do popular com o nacional. No cenário contemporâneo, a situação de mundialização da cultura, diminui a importância da nacionalidade como referência para a construção da identidade, fortalecendo, por exemplo, a recriação de diferenças regionais ou locais. Mesmo assim, permanece forte a ideia de preservação da “cultura brasileira”. A necessidade de construção de uma identidade nacional vivida pelos defensores do folclore, nos anos 1920 e 1930 do século XX, assume o discurso dos perigos da globalização e, portanto, da urgência de defender a “cultura popular” da suposta homogeneização da diversidade dos modos de vida do planeta. Comparada ao folclorismo do século XIX e o dos anos 1920, a nova onda de recuperação da cultura popular tem em comum o medo de seu desaparecimento. Pode-se mesmo dizer que a noção de cultura popular, sempre surge sob o signo da morte ou, na expressão de José Reginaldo Gonçalves (1996), referindo-se à questão do patrimônio no Brasil, sob a “retórica da perda”. A retomada da cultura popular se faz contra os avanços da suposta massificação promovida pela mídia, os quais se agigantariam com a globalização. Essa é uma fala recorrente entre os dirigentes e participantes de grupos voltados à recriação de cultura popular na cidade de São Paulo, bem como de pesquisadores, gestores culturais etc. Daí a quase irresistível tendência à sua “patrimonialização” (JEUDY, 1990), num momento em que a lógica do efêmero, do descartável, da obsolescência programada que move a sociedade capitalista na alta modernidade (GIDDENS, 1991) leva a que praticamente tudo, coisas ou pessoas, se encaminhem rapidamente para esse destino.

Cupuaçu e Cachuera!: o lugar do “popular” na cultura brasileira

Dois grupos envolvidos com cultura popular tradicional na cidade de São Paulo se aproximam mais dessa longa tradição que relaciona o popular ao nacional: a Associação Cultural Cachuera! e o Grupo Cupuaçu. Ambas instituições veem seu próprio trabalho como tomada de posição em relação à cultura brasileira.

Apesar de o grupo ser particularmente envolvido com as danças populares da região do Estado do Maranhão, seu fundador, o cantor e compositor Tião Carvalho, declarou que seu objetivo é “trabalhar, pesquisar e difundir a cultura brasileira”, como sempre, visando à sua preservação.

Nós somos um grupo [...] que estuda danças brasileiras, mas não para só aí porque tem música, tem outras informações, tem artesanato, tem culinária, tudo isso tem passado pela gente e a gente tenta passar pra frente, tenta difundir, então, a intenção do grupo é um pouco isso, estar passando, recebendo essa coisa através de pesquisa e desenvolvendo também porque se fica só na gente morre, você tem que trazer e ser um porta-voz, um arauto, um veículo de informação dessa cultura. (CARVALHO, 2000 apud TABOADA, 2000, p. 138).

O Grupo Cupuaçu surgiu em 1986 a partir do grupo de alunos do curso de Danças Brasileiras ministrado por Tião Carvalho no Teatro Vento Forte, então, reconhecido como ponto de resistência política e cultural na cidade. Tornou-se célebre com a realização da Festa de Bumba meu Boi no local conhecido como Morro do Querosene, no início dos anos 1990, quando passou a atrair a atenção dos estudantes da USP, sobretudo das áreas de Artes, Letras, Ciências Sociais, Comunicação etc. Tornou-se a Meca da cena da “cultura popular” na metrópole paulistana. Além da festa – momento ritual, em que o Boi renasce, dança e morre para só voltar no ciclo junino do ano seguinte – o grupo se apresenta em espetáculos culturais mediante cachê, grava e comercializa CDs com suas composições ou as da “cultura popular”, que são de domínio público. Seu líder trabalha com o grupo e tem sua própria

carreira como cantor e compositor. O Grupo Cupuaçu se institucionalizou, tornou-se uma sociedade civil sem fins lucrativos e, atualmente, com mais de trinta anos de atividade, apresenta-se, em seu *site*, como Centro de Estudos de Danças Populares Brasileiras⁴.

Para Tião Carvalho, líder do Cupuaçu, o que faz individualmente ou com o grupo é um trabalho de “resistência cultural”, no sentido de que é preciso “pesquisar [...] não ficar tocando só coisa americana, *rock 'n roll*, nada contra, muito pelo contrário, a favor, mas, não só isso, que já tem uma elite dominando, poder, mídia, gravadoras e, sim, ocupar o espaço vazio com música de qualidade” (CARVALHO, 2007).

A Associação Cultural Cachuera! tem um discurso mais elaborado que vem se traduzindo em uma série de projetos ao longo dos anos 2000. A exemplo de vários outros mediadores em atuação no campo da cultura popular, no início do século XXI, Paulo Dias rejeita totalmente o termo “folclore”. Mas por um motivo específico, segundo suas declarações.

Existem algumas denominações para a cultura que o povo produz. Uma delas é folclore e, mais recentemente, cultura popular. Eu devo confessar a vocês que eu não gosto de nenhuma das duas. Porque as duas são restritivas, elas colocam a cultura do povo, como uma coisa separada, seja com o termo folclórico, seja com o termo cultura popular. [...] O Antonio Nóbrega tem um espetáculo que chama Cultura popular não é folclore que é legal porque folclore é um termo que realmente é o lugar do povo na cultura brasileira, o lugarzinho. Então chega lá o mês de agosto [...] todo mundo fala: ‘Ah! O dia do folclore’ que inventaram uma palavra folk-lore em inglês [...] não é o nosso caso aqui. (DIAS, 2002, grifos meus).

Para Paulo Dias, a “cultura do povo”, como ele prefere chamar, merece lugar de destaque na “cultura brasileira”. Quando se refere aos batuques, cirandas e outras sonoridades populares, ele se recorda da sua presença nas composições de Camargo Guarnieri e Villa Lobos, harmonizadas com melodias eruditas e vanguardistas. Como músico de formação erudita, valoriza a cultura popular brasileira, sobretudo do ponto de vista estético, embora incorpore a preocupação com a condição social

⁴ Fonte: Site Grupo Cupuaçu.

dos artistas populares. Suas ideias e propostas para a cultura popular se aproximam do pensamento e do trabalho dos modernistas brasileiros, em especial, de Mário de Andrade. Entretanto, diferentemente da visão nacionalista do autor do *Ensaio sobre a música brasileira*, Paulo Dias já não acredita mais que a cultura do povo deva ser o substrato para a formação de uma cultura brasileira erudita.

Mário de Andrade abraçou o que Telê Ancona Lopez (1972) denominou de “nacionalismo estético”. Essa compreensão exerceu forte influência durante quase todo o século XX, baseada no pressuposto de que a música brasileira para ser nacional deveria ser popular. Como cultura popular, por sua vez, é identificada, desde o berço do conceito, ao folclórico, ao passado, ao rural, a aquilo que não foi maculado pela cidade ou pela civilização industrial moderna, tem-se que o nacional, no caso, a música brasileira será sempre buscada em uma espécie de Brasil profundo, nos sertões, nos cerrados e nas florestas. Era para lá que Mário de Andrade viajava. Foi para lá que enviou, em 1938, sua Missão de Pesquisas Folclóricas, para a região Nordeste, sinônimo de Brasil profundo.

Contudo, Mário de Andrade não estava atrás nem de pureza étnica, nem de exotismo. Para ele, não eram estes os qualificativos da nacionalidade. Puros seriam: o *portuga*, o negro africano, o ameríndio. Exóticos: “vatapá, jacaré, vitória-régia”. (ANDRADE, 1972 [1928], p. 14). A música nacional seria, para o autor, o resultado da expressão da nossa raça, após a fusão dos elementos étnicos originários, livres de exotismos fáceis para agradar os europeus. Em síntese, afirmava o autor.

Uma arte nacional não se faz com escolha discricionária e diletante de elementos: uma arte nacional já está feita na inconsciência do povo. O artista tem só que dar pros elementos já existentes uma transposição erudita que faça da música popular, música artística, isto é: imediatamente desinteressada. (ANDRADE, 1972 [1928], p. 15).

Para o pensador modernista, a música popular era interessada na medida em que, como as demais produções populares, cumpria uma função social, muitas vezes, ritual. Nas palavras de Elizabeth Travassos (1997, p. 172), “para Mário, a música popular é, por definição, pura,

coletiva e coletivizadora, socialmente funcional”. A postura do autor, embora por vezes oscilante, tendia para a concepção “comunalista” a respeito das criações populares, antagonista da posição “individualista”. Oriundas do estudo dos cantos e narrativas populares na Europa, as duas concepções repercutiram no pensamento folclórico brasileiro: a primeira, defendida por autores notáveis como Johann Herder e Jakob Grimm, segundo a qual as criações populares emergem diretamente de uma comunidade, e a segunda, de acordo com a qual há um autor na origem de um conto ou canto que, com o tempo, é esquecido (TRAVASSOS, 1997, pp. 175-7). Como sintetiza Travassos, de acordo com o princípio comunalista:

[...] canção artística e canção popular nascem de duas formas distintas de elaboração: a primeira exige reflexão, estudo e uma forma de autoconsciência que é própria do indivíduo; a segunda é instintiva, espontânea e dispensa a mediação de faculdades reflexivas; a primeira gera obra de artifício, a segunda, obra natural. (TRAVASSOS, 1997, p. 178).

São essas formulações que permitem a Mário de Andrade pensar em uma música que repousa na “inconsciência do povo”. Como esclarece Travassos (1997), após suas viagens, ele mergulhava em leituras antropológicas. Porém, como já havia esclarecido Telê Ancona Lopez, os autores que influenciaram seu pensamento foram os evolucionistas, sobretudo, James Frazer e Lucien Lévy-Bruhl. Com base nas ideias destes autores, Mário situava “o povo brasileiro na metade do caminho entre o primitivo e o civilizado” (LOPEZ, 1972, p. 94), o que o levava a acreditar na necessidade de que a música popular fosse reelaborada pelo artista, sofrendo um processo de “transposição erudita” para se tornar música nacional. Mesmo admirando tanto o legado de Mário de Andrade, Paulo Dias afasta-se desta concepção quando afirma:

Nós aqui do Cachuera! temos a intenção de transformar isso [a cultura popular] em cultura brasileira. Transformar não, porque já é, mas fazer as pessoas entenderem a cultura do povo como cultura brasileira, não importa se é popular, folclore, se é uma coisa coletiva, ou não, importa que é arte, sensibiliza, aquilo sensibiliza a gente como artista e como pessoas que gostam de arte (DIAS, 2002).

É neste ponto que as formulações de Paulo Dias, em tantos aspectos semelhantes às de Mário de Andrade e Béla Bartók, se separam. O diretor do Cachuera! insiste em seus discursos e práticas de trabalho na equiparação entre a música erudita e a popular do ponto de vista estético. Porém, sua visão não é de que elas sejam iguais, evidentemente, mas de que a música popular tradicional não é esteticamente inferior à erudita e, portanto, não tem que ser reelaborada, como pensava Mário de Andrade. Para Paulo Dias, se existe uma separação entre música culta e popular, trata-se, como no caso do candomblé, de uma barreira social.

Então, uma coisa que me chamou logo a atenção é que o processo e os mecanismos de aprendizado e de performance dessa cultura tão antiga do candomblé eram muito semelhantes aos que eu tinha aprendido na França quando eu estudei piano clássico com um grande mestre [...] que na cadeia de transmissão remonta a Liszt. Então, esta questão da cadeia de transmissão na música clássica, cultura europeia, é importante. Menino, quem foi seu mestre? Todo mundo conhece isso [...]. Meu mestre foi tal, que aprendeu com tal, que aprendeu com tal, que aprendeu com tal. Isso na África é fundamental e ficou no Brasil como uma coisa muito importante, a proximidade da fonte de origem. Você tem que fazer o mais próximo possível do que o seu mestre ensinou. Eu me reconheci naquilo lá porque eu tinha passado por um processo muito semelhante, só que numa esfera de elite, de casacos de pele, de carros chiques, de pianos de cauda, o que era muito diferente daquela proximidade humana que eu sentia quando entrava num terreiro de candomblé [...]. (DIAS, 2002).

Essa barreira social, de quando em quando, é rompida. É o que tem acontecido, por exemplo, na cidade de São Paulo, na passagem para o século XXI. Em 2003, quando Paulo Dias apresentou o Grupo de Ticumbi de Conceição da Barra (ES), para o refinado público que iria assisti-lo, no Instituto Cultural Itaú, na Avenida Paulista, explicou que se tratava de uma suíte, modo de composição comum aos universos erudito e popular. Ao final do espetáculo, a plateia, emocionada, aplaudia de pé.⁵

Quase um século se passou desde que Mário de Andrade e Béla Bartók fizeram suas viagens. Na virada do terceiro milênio, vive-se

⁵ Observação da autora em trabalho de campo.

um período de redescoberta de seus arquivos. Presencia-se hoje, em São Paulo, um momento não apenas de viagens de pesquisa em busca da cultura popular, mas de trazê-la para a cidade, seja como artesanato, festa, dança, música, sendo esta última sob a forma de gravações ou de shows ao vivo. Ao passo que Mário e Bartók lutavam pela formação de uma cultura nacional, não passa pela mente dos atuais envolvidos com cultura popular tradicional que não exista uma “cultura brasileira”. Inventada (HOBSBAWM; RANGER, 1984) ou imaginada (ANDERSON, 1989), a identidade nacional se consolidou, tornou-se senso comum. Enquanto os pensadores, do início do século XX, buscavam “o novo no velho” para fazer com que suas nações ingressassem na modernidade, os intelectuais do terceiro milênio estão fartos dela. Como críticos do moderno procuram o tradicional como joia rara, espécime em extinção que, por milagre, ainda está vivo. É compreensível, portanto, que tendo passado pelas transformações de todo um século, os atuais mediadores da cultura popular venham mudando, ao menos em parte, suas concepções. O diretor do Cachuera! considera equivocada a postura de muitos que se interessam, ainda no momento atual, pelo repertório popular tradicional, olhando-o, por assim dizer, de cima para baixo.

Eu nunca me esqueço de um mestre jongueiro, o Seu Joviano, lá de São Luís do Paraitinga, que fala assim: – Meu filho, o jongo tem uma `tioria`, viu? O Jongo não é só isto que você vê aí, é uma `tioria`, viu? Ele quis dizer que o jongo é todo codificado. O grande problema é que normalmente as pessoas que vêm buscar os ritmos [...] acham que o folclore já traz esta ideia de que é uma coisa que o povo faz e que ele vem repetindo meio que ingenuamente, meio sem saber direito porque faz, mas que é uma coisa bonita que nós da classe média gostamos, e como a gente estudou em boas escolas pra gente é super fácil entender o que eles fazem. Existe esta ideia [...] de que nós estamos muito melhor instrumentalizados para entender, é uma grande balela, um grande engodo que a gente tenta desfazer aqui. A gente precisa aprender a abrir o ouvido, abrir o olho, o corpo, a percepção e tudo mais. É subcultura, é folclore, e a gente aprende rápido, faz melhor que eles, esta é a ideia dos grupos parafolclóricos, de muitos deles infelizmente. Acho que não tem nada mais detestável, o meu padrão estético é o oposto. A cultura popular não é isto decididamente. (DÍAS, 2005).

Neste enunciado, o diretor da Associação Cultural Cachuera! expressa outra característica do pensamento contemporâneo sobre a “cultura popular”. Tendência que se observa também num dos setores do mercado de arte, o da chamada “arte popular”, ou melhor, na percepção da criação e do trabalho dos seus artistas por parte de alguns estetas e estudiosos do campo é que eles não são tão “ingênuos” como sempre foram classificados. (BRANDÃO; GUIMARÃES, 2012; SIMIONI, 2016).

No entanto, essas mudanças na maneira de ver e atuar em relação ao “popular” são parciais, pois, alguns atributos desta noção são extremamente arraigados, notadamente, as ideias de raiz, essência, autenticidade, todas elas ligadas, senão ao homem do campo, àquele que, obrigado a migrar para a cidade, não se deixou macular por ela, ou melhor, não permitiu que a sua cultura de origem se perdesse ou se alterasse profundamente. Estas concepções estão na base das representações e práticas de todos os intelectuais envolvidos com cultura popular tradicional na virada do milênio. A trajetória da Associação Cachuera! permite analisar esse aspecto do problema que, afinal, não se restringe a ela. Todos os envolvidos com cultura popular nos anos 2000 continuam rejeitando a ideia de que qualquer produção do universo massivo possa ser considerada popular. Algumas realizações da Associação Cachuera! podem indicar permanências e rupturas em relação ao que já estava colocado em debate sobre o “popular” na “cultura brasileira”.

Projeto Cachuera! de Música: novos-antigos contornos da “cultura popular”

Nada explica melhor o quanto a noção de “cultura popular” cristalizou significados resistentes às mudanças. Nada explicita melhor a proposta da associação de encontrar um lugar para o universo da cultura popular tradicional no espaço da cultura brasileira do que o Projeto Cachuera! de Música. Concebido por Paulo Dias, Alberto Ikeda e Sérgio Carvalho e apresentado em 18 espetáculos na sede da organização

no ano de 2005, o projeto dividiu a música brasileira em três categorias: o “erudito”, o “popular tradicional” e o “popular urbano”. Para compreender melhor a questão, é indispensável examinar como os idealizadores do projeto definiram cada uma delas.

A música erudita ou clássica é entendida como resultante, em muitos casos, de processos históricos de “estilização ou depuração de tradições artísticas nascidas nos meios populares”, caso da Europa Ocidental, de onde procede a música clássica praticada no Brasil. Compartilhada por diferentes estratos sociais na Idade Média, ela foi sendo privatizada pela nobreza, confinada em seus palácios e, posteriormente, pela burguesia que a encerrou em seus teatros. Apartada do povo, a música culta “cria seus próprios gêneros [...] adota a escrita como suporte [...] torna-se fortemente autoral, sofisticada-se cada vez mais e caminha na direção de uma arte pura, que chega a atingir altos níveis de abstração” (IKEDA; DIAS; CARVALHO, 2005, não paginado).

As considerações a respeito dessa primeira categoria que compõe a música brasileira, segundo o Projeto Cachuera! de Música, terminam lamentando que apesar dos “[...] esforços em favor de uma popularização desse patrimônio fundamental da humanidade [...] a apreciação da música erudita nos países do terceiro mundo ainda permanece restrita a determinados grupos”. A noção de patrimônio se vincula, como sempre, às duas pontas da produção cultural: ou à cultura erudita ou à cultura popular tradicional. Como patrimônio também é vista, portanto, a segunda categoria do Projeto Cachuera! de Música.

A Música Popular Tradicional Brasileira representa a produção musical do povo brasileiro, transmitida de boca a ouvido há incontáveis gerações e mantida por comunidades com poucos recursos materiais, que compõem a base da pirâmide social do país. Músicas que, embora marcadas por heranças dos diferentes povos formadores da nossa cultura, são hoje patrimônio dos brasileiros, independente da cor da pele, podendo ser ouvida tanto nas ruas quanto nas cidades e suas periferias. (IKEDA; DIAS; CARVALHO, 2005, não paginado).

Fortemente marcada pelo pensamento nacionalista, a concepção mantém as noções de povo, cultura e patrimônio brasileiros, transitando

para a operacionalidade da ideia de comunidade. A delimitação do conceito prossegue, citando Mário de Andrade, com a afirmação de seu caráter de “música interessada que só adquire pleno significado no contexto da celebração coletiva, fazendo da festa popular [...] um dos [seus] ambientes por excelência”. Divergindo do musicólogo modernista, no entanto, os autores do Projeto Cachuera! de Música acreditam na existência de autores individuais no âmbito da cultura popular tradicional, embora haja pouco interesse na autoria “[...] já que a criação artística na oralidade adquire uma dimensão coletiva (mas não anônima)” (IKEDA; DIAS; CARVALHO, 2005, não paginado). Vale lembrar que o caráter “interessado”, isto é, ritual ou coletivo atribuído ao popular tradicional não significa para os novos mediadores simbólicos uma condição de inferioridade estética, mas, apenas uma forma diferente de expressão. A afirmação enfática de Paulo Dias não deixa margem a dúvidas. “Eu considero a música popular tradicional como música clássica, tem a clássica do povo e a clássica da elite, a atitude do mestre erudito e do mestre tradicional é muito próxima como guardião de uma herança cultural” (DIAS, 2005). Toda a trajetória da associação demonstra essa afirmação. O Espaço Cachuera! permanece sendo um local onde se pode assistir, ao longo do ano, a concertos de música erudita, em especial, de Bach,⁶ ou apresentações de cultura popular tradicional, como o jongo, congada, candombe, batuque de umbigada, entre outros exemplos possíveis.

A definição do popular tradicional pelo Projeto Cachuera! de Música, certamente, buscando dar conta de acontecimentos recentes, como a revalorização dessas práticas pelas políticas culturais, pela indústria do turismo e do entretenimento, prossegue afirmando que “[...] as manifestações musicais do povo acompanham a dinâmica de uma sociedade onde as mudanças ocorrem em velocidade crescente, sempre procurando se inserir em novos quadros sociais” (IKEDA; DIAS; CARVALHO, 2005, não paginado). Tomando como exemplo e, portanto, incluindo no conceito, os grupos de catira que se reorganizam,

⁶ Desde 2009, a Associação Cultural Cachuera! apresenta a série mensal *Bach: Tema & Contratema*, pela qual já passaram inúmeros músicos, do Brasil e do exterior, executando os mais diversos instrumentos. Em 28 de fevereiro de 2018, a série completou sua 106ª. edição.

incorporando mulheres e crianças, e se deslocam das festas de sítio para as de peão de boiadeiro, nas quais encontram “novos espaços de apresentação”, a definição realmente inova, quebra um tabu no cenário da crítica cultural em geral que torna inautêntico tudo o que é absorvido pelo mercado.

Finalmente, a música popular tradicional é vista como “cultura de resistência... representando para as comunidades que a cultivam uma importante referência na construção da identidade” (IKEDA; DIAS; CARVALHO, 2005, não paginado). Este último critério agregado à delimitação do conceito, embora se ancorando na noção vaga de “comunidade” também merece destaque uma vez que vincula o popular tradicional à construção de identidades particulares, sejam elas de natureza étnica, regional, entre as principais, em concorrência com a identidade nacional, na atual situação de mundialização da cultura.

A terceira categoria (re)elaborada pelo Projeto Cachuera! foi a de música popular brasileira, ora apresentada como popular urbano, ora, simplesmente, como popular. Esta seria a que:

[...] é reconhecida em todo o mundo por sua riqueza, variedade e inesgotável vigor criativo. Nascida, em muitos casos, nos bairros humildes das grandes cidades brasileiras, ela constrói a ponte entre os terreiros e quintais dos negros, mestiços e brancos pobres e a sociedade dominante branca. É bem conhecido o caso do Rio de Janeiro, entre o final do século XIX e início do XX, onde foi gestado o maxixe, o choro e o samba a partir do encontro, fusão e estilização de variadas tradições populares, de origem afro-brasileira e europeia. Sambistas dos grupos populares passam a ser reconhecidos como artistas pela elite, tornam-se autores e adentram os teatros. Logo são contratados pela nascente indústria fonográfica (a partir de 1917), pelas emissoras de rádio (a partir de 1922, mas sobretudo na década de 30, quando as rádios passam a funcionar em moldes comerciais), e mais tarde, de TV. Processo semelhante ocorre com outros gêneros, como o forró. (IKEDA; DIAS; CARVALHO, 2005, não paginado).

Ao incluir na categoria de “cultura popular” parte da música gestada em contextos urbanos, a Associação Cachuera!, em certa medida, se distancia do folclorismo e do nacionalismo musical de boa parte do

século XX. Lembremos que a noção de cultura popular sempre remetia ao passado, ao rural, ao campo e ao camponês. Assim pensavam os antiquários, os românticos e os folcloristas, inventores desse conceito bem como do de tradição. Nisso acreditavam também Béla Bartók e Mário de Andrade. Como explanou Elizabeth Travassos, essa opinião levou os coletores de canções populares, do início do século XX, a uma verdadeira cruzada contra suas falsas representações.

Em vários pontos da Europa e das Américas, surgiram pares de categorias que exprimem a necessidade de discriminação: *folksong* e *people's song*, *populaire* e *vulgaire*, *popular* e *popularesca*, *Volkslied* e *Volkstümliches Lied*, *canção folclórica* e *canção popular*. Mário de Andrade chamava 'semiculta' e 'popularesca' certa música que, por sua origem e qualidade não encaixava perfeitamente nos universos popular e culto que eram de seu interesse. [...] Bartók instituiu a categoria "música popular artificial" para falar de uma dupla contrafação. De um lado, falsificação da música propriamente artística, por dispensar os recursos técnicos transmitidos nas escolas de música [...] de outro, falsificação da música popular – encontrada apenas entre os camponeses [...]. (TRAVASSOS, 1997, p. 87-88, grifos do autor).

O que Mário de Andrade considerava música "popularesca" era o mesmo que Bartók denominava "arte urbana inferior". Como a música cigana, considerada por Bartók deturpação da tradição magiar, ou a modinha, tida por Mário como criação "semiculta", o falso popular se encontrava no meio urbano. Era obra de indivíduos que não tinham a cultura necessária para produzir o erudito e haviam perdido a simplicidade ou autenticidade da tradição do meio rural. A grande preocupação em separar o falso do verdadeiro popular que tomou os pesquisadores do início do século passado "[...] foi potencializada pelo crescimento do setor de entretenimento urbano – teatros, cafés-concertos, salas de cinema, editoras musicais, empresas de rádio e fotografia – para onde acorreram tanto músicos com formação acadêmica como práticos" (TRAVASSOS, 1997, p. 87-88).

Entretanto, se a proposta atual não discrimina parte da produção popular que se formou no meio urbano, nos primórdios da

indústria do entretenimento, segue a longa tradição de rejeição do popular considerado de baixa qualidade estética e a serviço do mercado.

Lembremos a definição de “resistência cultural” de Tião Carvalho, do Grupo Cupuaçu:

[...] pesquisar... não ficar tocando só coisa americana, *rock 'n roll*, nada contra, muito pelo contrário, a favor, mas, não só isso, que já tem uma elite dominando, poder, mídia, gravadoras e, sim, ocupar o espaço vazio com música de qualidade. (CARVALHO, 2007).

A fala de Tião Carvalho deve ser entendida como a de um hábil jogador do campo artístico da música; discurso estratégico que percebe a dominação da esfera da produção cultural por uma elite econômica e se lança em busca de um “espaço vazio” para atingir sua meta. Habilmente, não desqualifica seus adversários, mas, como artista, não consegue deixar de emitir um juízo estético, terminando, sem o perceber, por discriminar o imenso público formado pelas classes populares.

Por sua vez, o Projeto Cachuera! de Música abre espaço para o popular urbano de modo extremamente crítico. Na apresentação da proposta refere-se à mercantilização da música como um processo que leva necessariamente à submissão do compositor à lógica do mercado e, portanto, ao empobrecimento estético. Seleciona os produtos e autores de forma muito cuidadosa, mencionando como influências mútuas da música popular urbana apenas os gêneros que considera mais legítimos como “a valsa, a polca, a schottisch, o jazz e o rock” (IKEDA; DIAS; CARVALHO, 2005, não paginado). No momento em que as três categorias se desdobram em seis temas, o cuidado em escolher o “popular urbano” ou “moderno”, de certa forma, reproduz a cautela com a qual os pesquisadores de cem anos atrás se esmeravam para separar o “verdadeiro” do “falso” popular.

Tabela 1: Categorias e temas.

Projeto Cachuera! de Música	Percussão	Canto Coral	Canção	Forma Suíte	Cordas	Sopros
Popular	Grupo Bacutin (RJ)	Vesper Vocal (SP)	Thalma de Freitas (voz) e Laércio de Freitas (piano) (SP)	Pé Duro dos Oito Baixos e Seus Meninos (SP)	Izaías e seus Chorões (SP)	Corporação Musical Imaculada Conceição (SP)
Erudito	PIAP (SP) (grupo de percussão do Instituto de Artes da Unesp)	Coral da USP (SP)	Thoroh de Souza e Joaquim Paulo do Espírito Santo (SP)	Paraphernalia (SP)	Quarteto de Cordas da Cidade de São Paulo	Quinteto Villa Lobos (RJ)
Tradicional	Bateria Show da Rosas de Ouro (SP)	Irmandade N. Sra. Do Rosário de Justinópolis (MG)	Batuque de umbigada de Tietê, Piracicaba e Capivari (SP)	Grupo de Fangando do Mestre Romão de Paranaguá (PR)	Cirandeiros de Paraty (RJ)	Banda Cabaçal da Boa Vista (PB)

Fonte: Próprio autor.

De toda a programação o que mais se aproxima do universo da cultura popular de massa são as baterias das escolas de samba. Desse ponto de vista, as concepções contemporâneas de cultura popular não são tão diferentes das que deram origem ao conceito. O polo erudito e o popular de tradição são supervalorizados e, embora alguns elementos urbanos também o sejam, toda a grande esfera voltada para o entretenimento, mais uma vez, não é incorporada. Nem poderiam ser, dadas as concepções da Associação Cachuera!. A questão não é o fato de a associação ou qualquer outro agente cultural, governamental ou não, dever subsidiar a cultura popular de massa. Ao contrário. Esta esfera ampliada do mercado de bens simbólicos se realiza plenamente por meio da comercialização de seus produtos ou de seu público. O problema é que, assim definido, o conceito de cultura popular permanece distante da realidade cultural da grande maioria das classes populares. Apesar das intenções, as propostas e realizações da Associação Cachuera!, e de outros grupos envolvidos com cultura popular tradicional, tendem a permanecer confinadas a um público restrito, de alto capital cultural ou de grande familiaridade com esse universo.

Para atingir o objetivo do Projeto Cachuera! de Música de romper com a segmentação do mercado de bens simbólicos, formando um público capaz de ouvir tanto o erudito quanto o popular, tanto ópera quanto bossa-nova, tanto Bach quanto samba de roda é preciso muito mais do que algumas audições. O que constrói o público para este tipo de espetáculo é a instrução, a qual desperta o interesse pela experimentação formal ou pelo que Bourdieu e Darbel (2003) chamaram de “o amor pela arte”. Como no caso dos museus, o preço dos ingressos para as apresentações no Espaço Cachuera! são muito acessíveis, em torno de R\$ 15,00 em 2018. Portanto, como concluíram os autores franceses a respeito dos museus de arte na Europa, a “possibilidade pura” de frequentá-los existe para todos, ou quase todos, mas não a “possibilidade real”. Na realidade, só é possível frequentar os museus, assim como os espetáculos cultos oferecidos pelo Cachuera!, aqueles que sentem a “necessidade cultural” de apreciá-los, a qual, por sua vez, “é produto da educação”. (BOURDIEU; DARBEL, 2003, p. 69). Não se trata, como pensavam os folcloristas (VILHENA, 1997), bem como a maioria dos atuais integrantes de grupos de cultura popular tradicional, de incluir entre as disciplinas escolares o folclore ou a cultura popular para que as crianças não esqueçam e aprendam a dar importância às raízes da cultura brasileira. Trata-se da educação, familiar e escolar, em si mesma, e de sua capacidade de provocar efeitos em domínios que ela não ensina. Trata-se da escolarização e das habilidades que ela transmite, como o gosto pela abstração, do exercício pelo exercício, da forma pela forma (BOURDIEU, 1988).

Paulo Dias (2005) percebe a pouca eficácia de seu trabalho sem o investimento em educação, quando diz que para formar público para a cultura popular “é preciso ter um mínimo de escolarização”. Porém, faz essa leitura a partir da mesma chave de raciocínio dos folcloristas: a de que a cultura popular deve ter um lugar de destaque na cultura brasileira e, como tal, deve ser ensinada na escola pública.

Então, o projeto de difundir a cultura popular, de transformá-la em cultura brasileira, fazer ascender ao posto de cultura brasileira, o que está muito longe de acontecer, ele passa por aí, ele passa justamente pela escola, de se

abrir uma frente de formação destas crianças que estão na escola transformando-os em um público qualificado para cultura popular. Assim como todo mundo ouve coisas de rádio, rap, bossa-nova, forró [...] você possa também ouvir Mestre Salustiano, Anecide Toledo, os Arturos cantando congado. Quem é que não vai se maravilhar com isto? [...] Então eu penso mais ou menos de uma maneira assim, de que atualmente a gente cumpre uma função social pensando no futuro, estamos cumprindo uma lacuna que o Estado não cumpre, que é a do registro, da documentação, da divulgação e reflexão da cultura popular. (DIAS, 2005).

A ideia de que a “cultura popular” é a essência de “brasilidade” ainda é forte entre os seus novos mediadores simbólicos. Com base nessa premissa, desde que começaram a se delinear os contornos do que deveria ser a cultura brasileira, o Estado nacional é considerado responsável pela proteção ao que se entende por cultura popular. Na virada do milênio, embora essa visão se enfraqueça devido à emergência de outras referências identitárias, ela não desaparece. As relações entre os agentes culturais e o Estado se modificaram com a construção de formas de atuação mais participativas, com a conquista e o estabelecimento de políticas públicas para o setor, inclusive o das “culturas populares”, contemplado no Plano Nacional de Cultura aprovado, em 2010, no final do governo do presidente Luís Inácio Lula da Silva. Novos argumentos foram agregados às justificativas para a proteção e promoção das “culturas populares” por parte do Estado. No plural, o popular tradicional pode se apresentar como “cultura local”, importante para o desenvolvimento econômico de cada região; tende a ser reconhecido como “patrimônio imaterial”, algo cujo valor histórico-artístico ou cultural deve ser preservado; é associado à “diversidade cultural” e considerado imprescindível à manutenção da biodiversidade etc. Mas o “popular” ainda pode ser conjugado no singular, como “nacional-popular”, essência da “cultura brasileira”. E nenhuma outra fórmula é mais eficaz para sensibilizar os gestores culturais em relação à sua importância para o Estado.

CAPÍTULO 3

AUTONOMIZAÇÃO FUNCIONAL, PROCESSOS CIVILIZADORES E O CONSUMO NACIONAL DE FRAGRÂNCIAS

Maria Salete Nery

O objetivo deste trabalho é discutir o percurso da pesquisa *Perfume: cheiro, civilidade, indústria e afeto: uma perspectiva sociológica*¹, iniciada na Universidade Federal do Recôncavo da Bahia em 2013 sob minha coordenação, do ponto de vista da construção da problemática e das estratégias de investigação que levaram ao interesse em compreender como, apesar das grandes desigualdades e tribulações políticas e econômicas que atravessam a história do Brasil, podemos ter chegado ao posto (no período de 2010 a 2014) de maiores consumidores (mundiais) de fragrâncias, produto muitas vezes entendido como supérfluo, e tendo como maiores consumidores no país pessoas/famílias da classe C da região nordeste, ou seja, pessoas de classe economicamente menos favorecida de uma das regiões de menor PIB no país² (IBGE, 2013). Teoricamente, o estudo se desenvolve à luz do debate sobre autonomização funcional (racionalização, conforme crivo mais propriamente weberiano), mas em suas especificidades nacionais/regionais, o que remete à temática das interdependências e interpene-trações civilizatórias.

Considerando-se as características dessa mais expressiva fatia de consumidores, os nordestinos de classe C, algumas peculiaridades adicionais precisam ser, de pronto, sinalizadas. Argumento comumente sacado para explicar o elevado posicionamento nacional no *ranking*

¹ A pesquisa contou com auxílio do CNPq, FAPESB e UFRB, bem como com bolsa PNPd/CAPES.

² É importante lembrar que, apesar de o Brasil ter perdido esse posto com a forte crise que se instalou no país e que se tornou mais sentida a partir de 2014, permaneceu, ainda assim, em segundo lugar no *ranking* mundial.

refere-se à quantidade de produtos adquiridos num país predominantemente tropical, numa região conhecida pela prática dos vários banhos por dia e consequente maior quantidade de reposições diárias do perfume no corpo. No entanto, este argumento mantém-se frágil, uma vez que o consumo se efetiva, por excelência, na compra de fragrâncias *splash*, aquelas em que o teor de essência aromática e de fixadores é menor. Em outros termos, os perfumes adquiridos são, por excelência, aqueles mais baratos e que, apesar da quantidade de frascos comprados, teriam dificuldade em suplantarem o consumo de produtos mais caros. O brasileiro adquire primacialmente produtos nacionais e massivos. O índice de aquisição remontaria, de modo interpretativamente mais apropriado à nossa perspectiva, à construção sócio-histórica de um gosto pelo perfumar-se que, tendo em vista as discrepâncias nos modos de vida característicos de cada recanto do país, acabou por fazer com que a região nordeste, a despeito de seu menor PIB e contingente populacional, conseguisse suplantarem, por exemplo, os índices de consumo da região sudeste, mais populosa e economicamente mais favorecida (IBGE, 2010b, 2013).

A mesma ordem de imbróglio pode ser observada em plano internacional. No intervalo entre 2010 e 2014, o Brasil esteve à frente dos Estados Unidos e da China, segundo e terceiro lugares respectivamente no *ranking*. Na sequência, os Estados Unidos voltaram a ocupar o lugar mais alto na escala (ABIHPEC, 2016). Observe-se que um leve sopro de desenvolvimento foi o suficiente para propiciar que o consumo de produtos, em grande medida, baratos e brasileiros suplantasse as compras do supérfluo perfume nos gigantes Estados Unidos - gigantes em termos econômicos e de quantidade de habitantes. Os relatórios da consultoria internacional Euromonitor (2016) nos oferecem pistas a respeito. Quanto aos Estados Unidos, indica que o uso de perfumes é eventual por parte dos norte-americanos; quanto à China, que eles ainda estariam sendo ensinados, via fortes estratégias de *marketing*, a se interessar mais em usar e , adquirir fragrâncias. Por outro lado, na Índia, reconhecido como país dos aromas, o perfume para uso pessoal é

substituído muito facilmente pelos desodorantes, produto mais barato. Assim, um fator que não pode ser desconsiderado é a peculiaridade dos gostos a levar a práticas de uso e de consumo variados entre os países e dentro de um mesmo país. Em outros termos, como foi sendo gestado esse gosto no Brasil? E em termos de suas variantes regionais?

Tal gosto levou a que, ao longo dos séculos XIX e XX, diferentes iniciativas dessem lugar a produtos e empresas que buscaram dar conta de, se valerem de e estimularem esse desejo por perfumes para uso pessoal, mas os arranjos relacionais acabaram levando à emergência de dois grandes titãs que juntos detêm a maior parte do mercado nacional de fragrâncias: o Grupo Boticário e a Natura (EUROMONITOR, 2016). Atualmente, no quesito fragrâncias para uso pessoal, o Grupo Boticário está à frente da Natura, virada comercial que ocorreu no período em que o Brasil era o maior consumidor mundial do produto. Para tanto, concorreram o momento favorável à expansão dos negócios, mas igualmente as estratégias de atuação escolhidas pelo Boticário e também pela Natura. De qualquer modo, evidencia-se aí outra peculiaridade digna de nota: uma divisão entre regiões consumidoras (nordeste e norte) e produtoras (sudeste e sul). As regiões de maior consumo não conseguiram, até o momento, alçar destaque em produção, conformando-se uma curiosa “divisão de tarefas” que parece ter sido mais sentida pelas próprias empresas produtoras no já destacado período áureo do consumo nacional. Sendo mais precisa, o impulso do consumo que elevou a posição do país foi, em grande medida, capitaneado pela classe C da região nordeste, conforme os relatórios que foram tornados público na época. Esta região, no período, viveu índices de crescimento que superaram o nacional e das regiões mais desenvolvidas, e isso logo teve consequências notórias nos índices de consumo de fragrâncias (FERREIRA, 2013; LOUREIRO, 2013; MAIA JR, 2014). Daí, um conjunto de iniciativas foram levadas à cabo por tais empresas a fim de melhor aproveitar esse potencial, ao mesmo tempo em que aumentava o consumo interno de produtos importados e em que ambas empresas potencializaram ações de inserção internacional. O tácito pacto que

havia entre Natura, com acento na venda via consultoras, e O Boticário, de vendas via lojas físicas em rede de franquias, foi quebrado. Apesar da diferença de ritmos, as duas empresas avançam investimentos em multicanais, na internacionalização, na oferta de produtos mais caros (*premium*) e, claro, no aproveitamento do potencial norte-nordestino – processos que diminuiriam ritmo e foram redirecionados com a crise.

Em outros termos, e mais uma vez, de onde vem esse gosto dos nordestinos e nortistas? Quais as dinâmicas envolvidas que levaram ao cenário atual? As diferenças no modo como cada região viveu a relação entre processo civilizador e projeto civilizador nacional pode contribuir na interpretação do processo pela via da especificidade das autonomizações funcionais em curso e operação no país? Este texto sintetiza elementos do percurso de pesquisa, ainda em andamento, nas estratégias tecidas para enfrentamento das questões. Para tanto, o recurso adotado é o da análise figuracional, inspirada em Norbert Elias, na atenção às redes relacionais que sócio-historicamente, em seus diferentes equilíbrios, foram sendo tecidas de modo a conformar variedades de gostos, práticas e significados a depender da região do país.

Características do consumo: primeiras inquietações

Por que cobrimos nossos corpos com cheiros artificialmente criados se somos seres dotados de odores próprios? Esta pergunta foi o ponto de partida para as minhas inquietações de pesquisa. Apesar de seu uso imemorial para diferentes fins, me interessava compreender o perfumar-se dentro e a partir de um processo que defini como de aromatização do mundo, em contraposição à noção de desodorização, que era mais associada aos debates sobre modernidade (CORBIN, 1986; VIGARELLO, 1985). As medidas higienistas dos séculos XVIII e XIX tiveram por finalidade construir, em termos odoríferos, um mundo mais salubre, em que os maus odores seriam racionalmente controlados, ao passo que o debate sobre a higiene pessoal acabou por estimular os banhos em nome da limpeza e da saúde. Apesar de o pensamento

burguês ter associado odores e moral, perfumes a falseamento e o odor do corpo à animalidade, pela incitação ao desejo sexual, as medidas tomadas não podiam ser simplesmente o banho e a supressão do uso de perfumes; afinal o corpo cheira. A consequência foi controlar os cheiros e isso significou, em grande medida, racionalizar os odores, na forma de fragrâncias para os corpos e ambientes, e igualmente racionalizar seus usos, a fim de diminuir o risco que os perfumes imporiam. Tal risco se centrava na possibilidade de os “odores bons” acabarem por incitar aquilo que deveriam conter: os desejos. De qualquer modo, cria-se um mundo em que tudo deve (artificialmente) cheirar, até papel higiênico – o que contribui, como potente e diversificada indústria, como um combustível ao capitalismo.

Se os significados atribuídos às coisas variam ao longo dos tempos como condição mesmo à permanência de seus usos, caberia perguntar quais os significados do perfume e do perfumar-se em nossa época e lugar. A hipótese inicial do trabalho articulava perfume e perfumar-se ao processo civilizador do modo como Elias trabalhou em suas pesquisas. Ou seja, o mundo civilizado seria aquele em que o caráter religioso-medicinal antes atribuído aos perfumes seria suprimido em nome da concepção do perfume como um dos instrumentos que contribuiria para a separação entre humano e animal, uma vez que o sentido do olfato acabou filosoficamente por ser tomado como o mais animalesco dos sentidos, o que teria contado com confirmação científica a partir das teorias da evolução (JAQUET, 2014).

No entanto, a pesquisa me levou igualmente a buscar e acessar os dados sobre o consumo brasileiro de perfumes e uma nova questão se impôs, apesar de finamente relacionada àquilo que já se constituía como inquietação. O objetivo de minha pesquisa passou a ser compreender como nos tornamos um país de destaque no consumo de perfumes, alcançando, inclusive, o primeiro lugar no consumo mundial de fragrâncias para uso pessoal a partir de 2010³. Uma questão aí se

³ De acordo com o *Anuário 2016* da Abihpec (Associação Brasileira das Indústrias de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos), os dados de mercado (em valor) do setor de perfumaria no Brasil giraram em torno de R\$ 7,78 bilhões em 2015 (em 2014, o valor foi de R\$ 7,12 bilhões).

anuncia: o perfume é supérfluo do ponto de vista de quem? Trata-se de uma interrogação que se dirige às concepções primeiras (pré-conceitos) enraizadas nos nossos usos. Por isso, investigar os meandros das práticas tornou-se estratégico, o que foi realizado mediante entrevistas em profundidade e aplicação de questionários.

Apesar de os interesses de pesquisa demandarem avanços interpretativos que remontam às diferentes regiões do país, o ponto de partida para a realização dos questionários e das entrevistas foi a cidade de Cachoeira, a 110 km da capital baiana Salvador. Esta cidade foi escolhida, para além de estar situada num estado nordestino e da facilidade de acesso, por se apresentar como um microcosmo pertinente e estratégico. A mencionada cidade foi uma das mais ricas da região recôncava da Bahia até o século XIX, pois ela servia de ponte entre Salvador e o interior do estado (MATTOSO, 1992). Deste modo, a forte ligação comercial com a capital fazia com que a cidade fosse irmanada a Salvador também em modo de vida. Com as mudanças na balança de poder e da economia a favorecer a região sudeste, a Bahia como um todo começa a viver uma situação de estagnação, o que viria a redundar na perda de prestígio e no empobrecimento também da cidade de Cachoeira. Hoje, esta é uma cidade predominantemente de classe C e que, apesar de estar no interior do estado, é próxima da capital geográfica e relacionalmente a ponto de poder ser entendida por nós como um extrato da capital baiana, mas um extrato cujo recorte incide sobre os limites desejados a esta pesquisa: a classe C. Assim, foram aplicados questionários junto a moradores cujas famílias são de classe C, de Cachoeira, cidade que tem média mensal de renda da população urbana, em conformidade com o Censo do IBGE (2010a), de R\$1.429,31, o que significa se tratar de uma cidade de “classe C”, pelo recorte utilizado pela Abep (Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa), cuja classificação é utilizada como referência para os relatórios publicados a respeito do setor no meio empresarial.

A pesquisa permaneceu com aporte eliasiano – ou seja, de uma sociologia das figurações em teoria e método –, no entanto buscando dar conta do singular processo civilizador brasileiro, em suas específicas

colorações, odores e nuances, assumindo como ponto de partida uma figuração menor, Cachoeira, dentro da figuração maior e mais complexa que nos interessa compreender.

Se as entrevistas em profundidade conseguem apontar novos caminhos de compreensão, os questionários ajudam a evidenciar a extensão, claro que dentro de certos limites, em que determinados aspectos podem ser afirmados. E os questionários-piloto aplicados foram fundamentais à percepção de um equívoco. Ao serem perguntados o porquê de usarem perfumes, os indivíduos respondiam, em primeiro lugar, “uso porque gosto”. Ao se perguntar mais a respeito, a expressão recorrente foi: “usar perfume é básico”. O que é, então, o básico? É o elementar e, como tal, é aquilo que não está em pauta de discussão. A sua ausência não é prevista, não é considerada enquanto possibilidade. Posso diminuir a quantidade de perfumes, reelaborar as minhas escolhas em busca de um produto mais condizente com minha atual condição financeira (comprar o mais caro ou mais barato), solicitar como presente..., mas não deixar de ter, ou melhor, deixar de ser cheiroso, perfumado sob o risco de me tornar o fedorento, isto é, o socialmente indigno de apreço, por ser alvo da repulsa do outro, o que remete a uma condição de inferioridade que aparece como decorrência necessária, pois a oposição é simples – ou se é cheiroso (e só se pode ser cheiroso mediante o cheiro artificialmente elaborado) ou se é fedorento, sem que seja apresentada uma escala de gradação que permita outras combinações. Esta interpretação é pautada nos resultados dos questionários, que tiveram que ser reformulados em função do piloto, e, mais substancialmente, nas entrevistas em profundidade realizadas.

Se, por um lado, ou se é perfumado ou fedorento, por outro lado, a resposta de uma entrevistada mulher foi de que o perfumar-se era importante para não se ficar cheirando a nada, ou seja, como estratégia contra o ser sem cheiro, ser invisível socialmente, tal como Grenouille o era na narrativa de Süskind (2010). O corpo aí é inodoro, em conformidade com os desejos burgueses de se distinguirem dos fedorentos animais, dos “povos primitivos” e da gente moralmente

corrompida (PERROT, 1996). Assim, o perfume, em qualquer das alternativas, é um instrumento de construção de valor, perante o outro e o si, estima e auto-estima.

Uso porque gosto, por sua vez, parece se afinar com a afirmação de que uso porque uso, ou seja, tratar-se-ia de uma finalidade em si, ainda que “coisas” sejam obtidas a partir disso, como a própria sedução do outro. Conclusão similar é apresentada no *Caderno de Tendências* produzido pela Abihpec (Associação Brasileira das Indústrias de Higiene, Perfumaria e Cosméticos) para o período 2014-2015. Esta publicação é dirigida primordialmente aos empresários do setor de higiene, perfumaria e cosméticos e conta com uma gama bastante considerável de associados dentro do Brasil e tem por finalidade não apenas expressar as características atuais do mercado, mas construir valor ao apontar e, portanto, canalizar as ações dos empresários numa certa direção, entendida como mais acertada para o sucesso de vendas – uma vez que se trata de caderno de tendências produzido por uma associação legitimada, composta por especialistas no assunto, responsáveis, inclusive, pelas mediações entre empresários do setor e o poder público. De acordo com a publicação, enfim, a classe C é definida pelo consumo de tipo compensatório: alijado da possibilidade de maior conforto por bastante tempo e com o desenvolvimento econômico dos últimos anos que fez aumentar o poder de consumo de segmentos economicamente menos favorecidos, o consumidor da classe C afirma que consome produtos de HPPC (Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos) porque merece.⁴ Lembremos que a ideia de básico está em oposição à de excesso. O básico é o mínimo, e o mínimo aí é inquestionável por ser experimentado como necessidade. No entanto, tal necessário é um arbitrário, do mesmo modo que a ideia de superfluidade que convive, enquanto associação simbólica remetida ao perfume, com a concepção do básico.

⁴ No *Panorama do Setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos: resultados 2016*, foi apresentado, a partir de pesquisa qualitativa encomendada pela Abihpec à FSB Pesquisa (fevereiro de 2017) que “95% dos entrevistados entendem os produtos de HPPC como essenciais e indispensáveis para os cuidados básicos com a saúde, bem-estar e qualidade de vida” (ABIHPEC, 2017).

Como respostas aos questionários, os indivíduos afirmaram que usam porque gostam, por bem-estar e por costume. Estas foram as respostas de maior ocorrência e, em verdade, elas parecem estar articuladas, pois o inquestionado remete tanto às emoções que seu uso me proporciona na relação comigo e com os outros (as estimas), mas também porque entendo que isso simplesmente é assim, faz parte da minha vida desde sempre. É a partir da mais tenra infância que o consumo de perfumes se dá. Os relatos de uma história odorífera pessoal coincidem com a história de uma vida inteira, o que contribui para a naturalização do uso, e, em acréscimo, tal prática compõe que um importante ritual diário – o de higiene corporal, que congrega saúde, beleza e moralidade –, uma vez que a maior parte dos entrevistados indicou que usa perfume a cada banho. Estar perfumado é estar limpo, saudável e atrativo. Como os banhos no norte e nordeste se dão em maior quantidade de vezes ao decorrer do dia, isso tem claras implicações na maior quantidade de perfume usado, garantindo consumo mais assíduo do produto, que não carece de bons fixadores e nem de grande quantidade de essência aromática (*splash*), já que a fragrância tende a ser (re)posta no corpo por mais de uma vez ao decorrer do dia.

As falas dos entrevistados foram fundamentais para compreender uma série de dados a respeito do consumo de perfumes no Brasil, seja aqueles que apontam o lugar deste país no *ranking* internacional, seja os dados internos apresentados por diferentes pesquisas estatísticas que informam, por exemplo, que, nas regiões mais pobres, o consumo médio mensal de um produto como o perfume rivaliza com o consumo de educação – é superior, por vezes – considerando-se que perfume é apenas um produto, enquanto a educação é composta por uma gama de produtos (escolas, cursos, materiais escolares, livros...), ao mesmo tempo em que rivaliza com o consumo de produtos da cesta básica, como o arroz, antes mesmo de o Brasil se tornar o maior consumidor de fragrâncias para uso pessoal (POF, 2010b).

No entanto, essas estatísticas, as entrevistas em profundidade e os questionários aplicados se mostram insuficientes para a compreensão da

figuração atual que faz com que os mais pobres consumam mais perfume do que arroz, consumam mais perfumes do que os ricos. Considere-se que no Brasil o perfume tem penetração de 60%, no NE de 90%, enquanto no Sul é de 40%, e que o Brasil é top em consumo de perfumes, consumindo na ordem de 93% em produtos massstige, ou seja, perfumes massivos, populares (ABIHPEC, 2013).

Os vídeos publicitários de O Boticário e Natura foram igualmente interpretados comparativamente em relação aos vídeos das marcas Chanel (N.5 e Coco Mademoiselle) e Dior (J'Adore), campeãs internacionais em vendas, o que deixou patente não apenas vinculações, mas desejos de singularidade que podem ser referidas a concorrências internacionais por mercado. Se O Boticário faz coro às estratégias publicitárias estrangeiras, o mesmo não pode ser afirmado em relação à Natura. Ainda que o jogo de sedução esteja presente, o uso de uma concepção de identidade como moeda simbólica de valorização da marca, juntamente com a utilização das ideias de sustentabilidade e divulgação das ações sociais da empresa, e da imagem da Amazônia como uma imagem-Brasil, mas também como fonte de produtos únicos, com base em novas essências antes inexistentes na forma de fragrâncias, e mágicos por sua referência ao popular, às tradições e à floresta enseja a que tais vídeos sejam interpretados em sua especificidade. A Natura vem perdendo mercado interno, enquanto tem aumentado sua inserção internacional. Contudo, a Amazônia é moeda também internamente, pois trata de produto mais nacional que os nacionais, e novos, exclusivos aromas. “É raro. É seu” é o slogan anunciado na campanha 2013 da linha Natura Ekos.

Em 2014, o consumo de perfumes continuou em franco crescimento, apesar dos primeiros sinais de desaceleração econômica. Em 2015 e 2016, o crescimento permaneceu, embora em ritmo bem menor (ABIHPEC, 2017). Enfim, a estranheza que os dados nacionais suscitam leva a que necessariamente tenhamos em conta que tal consumo, apesar de incrementado nos últimos anos, apesar de estar em função das contingências econômicas e de incremento tecnológico, diz respeito a um *habitus* que, como tal, foi socio-historicamente se constituindo e

que, como afirmou Bourdieu (2009) a respeito do corpo, “age a memória” sem que precisemos, pela economia das práticas, acionar sua gênese, como condição mesmo à sua eficácia simbólica. Ou, como nos lembra Elias (1998), não precisamos ter em mente a história da constituição da ideia de tempo e de seus instrumentos de medição quando olhamos para o relógio. Agimos a memória ao utilizá-lo. Essa história está ali sintetizada e é posta em ação nos usos. Para que funcione cotidianamente talvez o esquecimento (no sentido da perda de “consciência” da história) seja fundamental, já que a praticidade do uso está associada à continuidade desse uso. “Uso porque gosto” prescinde de compreensão histórica, do ponto de vista dos usuários, no entanto o trabalho científico pode nos levar a ter que relembrar por racionalização aquilo que permanece no domínio prático apenas como memória vivida. A questão passa a ser a estratégia para tanto.

Os cheiros e o sagrado

Ao estudar a história do perfume, algo que fica patente são seus múltiplos significados e usos. Perfume, que etimologicamente significa através da fumaça, remetia a substâncias que, quando queimadas, desprendiam aromas (CLASSEN RJ, 1996; DEJEAN, 2005). Para diferentes povos, essa fumaça era o fundamental elo de comunicação com as divindades. Essa crença de algum modo unificava os povos mediterrâneos. No judaísmo, acredita-se que Javé apresenta-se também como fumaça. A fumaça marca a sua presença, ao mesmo tempo em que a fumaça aromática ritualmente produzida pela queima do incenso o chama porque o agrada. Javé gosta de certos aromas, mas não apenas da fumaça aromática. Há cheiros que o agradam e garantem a sua presença no ritual, como o cheiro do sangue do cordeiro.

Então Noé construiu um altar para o Senhor, tomou animais e aves de todas as espécies puras e ofereceu holocaustos sobre o altar. O Senhor aspirou o agradável odor e disse consigo mesmo: “Nunca mais tornarei a amaldiçoar a terra por causa do gênero humano (...)” (Gn 8, 20-21).

É essa crença e as práticas a ela associadas, que a reforçam, se mantiveram presentes no cristianismo, apesar das oscilações. Segundo Susan Harvey (2006), Jonathan Reinartz (2014) e outros, tentou-se abolir o lugar dos cheiros no catolicismo primitivo, na tentativa de diferenciação em relação ao judaísmo e, fundamentalmente, quanto às crenças pagãs, mas isso não se manteve. Com o cristianismo, abole-se o sacrifício animal (já que o último cordeiro de deus já havia derramado seu sangue), mas mantém-se o sacrifício simbólico com o incensamento. Assim, incensar é sacrifício, oferenda (presente), mas também evidência da presença de deus no recinto junto aos fieis. É quando deus se torna materialidade. Então, não se trata unicamente de ligação com o divino; é o divino. Não apenas o incenso, mas os santos óleos são aromáticos, e a sua presença suscita ao fiel o sentimento do sagrado, o que seria restrito a certas ocasiões especiais, como a Páscoa. Deste modo, as fórmulas de preparação dos sagrados aromas que serviam à consagração de objetos e pessoas era de conhecimento e uso restrito, secreto, e a Igreja passou a controlar, em grande medida, a produção dos aromáticos.

Lembre-se de que, no catolicismo, os bons aromas exalados por um indivíduo após sua morte são sinal de sua santidade, articulando, assim, o bom cheiro à moralidade. O imoral, o mal, fede, como o Diabo fede a enxofre, como a prostituta que precisa usar fortes perfumes para encobrir o mau cheiro do imoral corpo. Certos aromas passam, enfim, a ser associados à santidade e a santos em particular, como Maria, que cheira a rosas. Ao mesmo tempo, a mesma Bíblia, em diferentes passagens, aponta o poder de sedução dos aromas, seja no Cântico dos Cânticos, seja na passagem a respeito de Judith. Mesmo na vida de Jesus, os perfumes têm presença destacada, como na passagem em que seus pés são lavados, sem mencionar os fragrantes presentes dos reis magos em seu nascimento (o incenso e a mirra, para além do presente em ouro). Tal passagem, inclusive, ilustra o intenso comércio dos caros aromas que vinculava povos árabes a europeus (BERNSTEIN, 2009). Os aromáticos constituíam especial regalo, digno de um Salomão, de

um Jesus, de um Javé e, portanto, o chão dos templos deveria ser lavado com água de cheiro e estes deveriam ser decorados com flores. Inclusive, a lavagem do chão com água aromatizada já era um costume da Roma Antiga, do mesmo modo que era igualmente costume para povos africanos.

Ao mesmo tempo, por seu caráter divino, mas também pelas experimentações que levaram adiante um conhecimento cada vez mais profundo sobre o poder medicinal de ervas, e pela concepção de que a cura é atributo divino, que ocorre pela mediação de criaturas especiais, divinamente autorizadas, produtos aromáticos são utilizados para cura física e espiritual. São remédio para corpo-alma. O controle da produção europeia de aromas se concentra fundamentalmente nas mãos da Igreja até a Reforma Protestante. Henrique VIII dessacraliza os aromas ao utilizá-los para “sacralizar” os Tudor. Ou seja, o cheiro da rosa damascena espalhada pelo reino evidenciava a incontestável presença dos Tudor, do mesmo modo que o incenso marcava a presença de deus (MILLNER, 2011). A expulsão do clero permite que a produção de perfumes se dissemine e se desenvolva na Inglaterra a partir de novas técnicas. Cada rei/rainha terá o seu aroma próprio. As trocas também se intensificam, ao mesmo tempo em que o protestantismo denuncia o uso religioso dos perfumes como uma das facetas da idolatria. A condenação religiosa talvez tenha permitido seu abuso profano. Tanto as disputas entre protestantes e católicos como a tentativa da Igreja Católica em se distanciar de suas práticas mágicas medievais em direção a uma religião mais intelectualista, racional, faz com que alguns rituais ligados a aromas, apesar de permanecerem, tenham perdido peso. A presença dos aromas não é tematizada pelos fiéis, e seus ancestrais significados vão sendo esquecidos e, em alguma medida, reelaborados.

O catolicismo brasileiro mantém características do catolicismo de transição, o que foi facilitado pela distância geográfica em relação à Europa. O sensualismo era parte das estratégias de conversão. O português que veio ao Brasil ainda acreditava na magia e na manipulação de substâncias para diferentes fins mágicos: de sedução, enriquecimento, saúde,

vingança. E tratava-se de magia feita com ervas, do mesmo modo que em Portugal. Ervas que eram aromáticas – para beber, para esfregar no corpo, para banhar-se, para queimar nas casas, para lavar o chão e as roupas – serviam para a cura divina.

Enfim, o meu argumento é de que a crença nos poderes mágicos do perfume foi um elemento de ligação e comunicação que permitiu a aproximação, trocas, misturas e o reforçar de crenças e condutas entre os distintos povos aqui instalados a despeito de suas gritantes diferenças. No entanto, tal concordância apenas pôde ser potencializada e usada nas relações, uma vez que a conjuntura que ligava esses povos fazia com que os laços entre os grupos fossem de forte interdependência. A sobrevivência num Brasil inóspito obrigava, a despeito dos preconceitos, que a relação se estabelecesse. A dependência do português em relação a negros e índios ia além das questões econômicas. E aí o elemento mágico-religioso do perfume, presente no catolicismo, nos rituais indígenas e nas crenças africanas, se soma à sua fundamental atuação mágico-medicamentosa – a autonomização funcional que caracterizou o processo civilizador europeu ainda estava em curso e assumiu características específicas num país colonizado, cujo processo civilizador passou, por exemplo, no XIX pela construção e tentativa de imposição de um projeto de civilização que se consubstanciou internamente em esforços de deslocamento das condutas numa dada direção, entendida como a necessária para o desenvolvimento nacional. Mesmo o elemento português, numa América Portuguesa sem médicos, precisava recorrer ao conhecimento de negros e índios no que toca à manipulação de ervas em procedimentos terapêuticos que atuavam sobre o corpo pela mediação de poderes sobrenaturais, conjugando elementos de crença trazidos por esses diferentes povos. Por exemplo, à fumaça curativa de negros, juntavam-se ervas dadas a conhecer por índios, administradas enquanto se falam rezas que solicitam ajuda a santos católicos. Mesmo porque se, no Antigo Testamento, encontramos referência do gosto de deus por certos aromas, como já foi apontado; semelhantemente, no candomblé, os orixás são atraídos (ou repelidos) por cheiros

(daí as fumigações, o costume de espalhar folhas pelo chão, as lavagens com água de cheiro tanto do chão como das contas para consagração, do assentamento, etc.), do mesmo modo que os sacrifícios estão ligados à oferta de cheiros aos orixás, aos cheiros de suas comidas preferidas e ao cheiro do sangue de certos animais. Os orixás “comem” cheiros, de acordo com entrevistas realizadas com babalorixás de Salvador (2015) e de São Félix (2015), cidade vizinha a Cachoeira. Assim, axé também tem cheiro, e os rituais de cura, considerando-se tratar de um sistema holístico, se dão também pelo cheiro (que atrai o orixá e marca sua presença).

Por outro lado, os mamaés também podem ser atraídos ou repelidos pelo cheiro, conforme narrativa de Cláudio Villas Bôas (2000) a respeito de histórias ouvidas e vividas por ele no Xingu. O lugar da fumaça em rituais indígenas de cura nos permite entrever que seria uma limitação imaginar que apenas o aspecto visual da fumaça, desarticulada dos demais sentidos, estaria em operação em rituais de cura de certos agrupamentos indígenas. A dissociação dos sentidos e supervalorização do olhar parece ter sido mais característico do processo civilizador europeu. Ressalte-se que meu argumento se dirige à afirmação de que, por séculos, mesmo os europeus e descendentes que habitavam no Brasil contribuam, por suas crenças e práticas correlatas, para reafirmar, no contrapelo da desvalorização ocidental moderna (civilizada) do olfato, a sua importância no cotidiano brasileiro para sedução, proteção do corpo e da alma, cura e relação com o divino.

Segmentos católicos buscarão coibir práticas mágicas de cura, tendo o Brasil sido lugar não apenas de recebimento dos exilados europeus condenados pela Inquisição, mas também lugar onde ocorreram Visitações do Santo Ofício, mesmo que, comparativamente, sem os rigores experimentados pelo povo espanhol, por exemplo. O Tribunal do Santo Ofício, em Portugal, foi fundado em 1536 e começa seus trabalhos na Bahia em 1546. Em 1591 e 1618 ocorreram a primeira e segunda Visitações. A Inquisição termina seus trabalhos em 1821 (MOTT, 2010). Inicialmente, os curandeiros eram acusados por crime de magia, ou seja, seu poder de cura adviria de um pacto com o Diabo,

o que significava a confirmação pela Igreja do poder mágico do agente e do objeto/instrumento, o que posteriormente dará espaço à mera ridicularização do curandeiro/feiticeiro como charlatão, evidenciando que não há magia e não há cura, portanto. Os jornais da época ajudam a reforçar tal visão afirmando que apenas o conhecimento racional-científico (dos médicos formados, portanto) seria capaz de curar. No entanto, as práticas de cura de tais profissionais em grande medida se confundiam com aquilo que já era posto em ação pelos chamados curandeiros, e os cheiros permaneciam sendo acionados como veículo curativo no XIX (LIMA, 1996). Ao mesmo tempo, rituais religiosos exercidos no espaço de culto ou expressos nas festividades públicas ao alcance do olhar de devotos e curiosos relembram o poder dos odores que o decurso civilizatório nos moldes europeus tenderia a suavizar. Odores, ainda hoje, no XXI, abrem caminhos para a passagem de cortejos, são presentes a orixás, ajudam a proteger o corpo e o espírito de recém-nascidos.

Civilização e perfumes

No entanto, com a chegada da Corte portuguesa uma outra ordem de usos de aromas ganha espaço. É o perfumar-se como dessacralizado costume de gente civilizada. Os médicos se voltarão contra os aromas nas curas e nos salões. O uso “civilizado” do perfume abre mais um caminho ao Brasil como interessante destino de chegada dos aromas como produto comercial, inicialmente carregado por caixeiros viajantes e agora presentes nas lojas. Assim, a medicina contra o perfume significava uma medicina que entendia que havia um modelo nacional de civilização a ser construído e que não deveria ser a mera cópia da civilização europeia. Para dar conta dessas questões, tomo as teses de medicina escritas na Bahia no século XIX e material de jornais e revistas disponíveis no acervo do Museu Nacional. O perfume, junto ao ópio e outros vícios, seria a faceta perversa da civilização, e seu uso deveria ser coibido por provocar enxaquecas, asfixia, histeria, dissolução

das famílias, desvios morais... , enfim, por poder levar ao adoecimento do corpo e da moral, conforme observamos no texto transcrito abaixo, fragmento de uma tese em medicina, defendida por Guarino Freire em Salvador no ano de 1888:

Houve sempre no homem uma tendência para buscar em excitantes prazeres novos, novas sensações; e a civilização, longe de afugentar o seu uso, ao contrário agrava-o”[cita alcool, tabaco, opio, morphinomania, haschish, betel, kawa, coca, arsenico e perfumes] “Todos os povos que abusam da coca, do kaad, da kola, do wassilei, do hachish, do alcool, do tabaco, etc., degradam a especie humana, e fazem-no por meio da alienação mental e da degradação das raças.

O modelo de civilização professado pelos médicos articulava os progressos científicos, o desenvolvimento do conhecimento a uma moralidade cristã, como modo de evitar as consequências funestas da civilização vivenciada por países de referência, como França, Inglaterra e mesmo Estados Unidos. Assim, seria possível construir na *terra brasilis* uma civilização mais avançada do que as demais, sob o bastião da ciência e da moral, projeto a ser capitaneado pelos médicos. Para tanto, era fundamental combater os desvios e vícios trazidos pela civilização, a exemplo das consequências funestas do perfume, como nos indica Cid Emiliano Cardozo em sua tese defendida em 1857:

A luz da verdade começou a iluminar o caminho da civilização. A inteligência abraçada com a moral sagrada de Jesus Cristo foi acumulando trofeu sobre trofeu. (...) É que o progresso é a vida do espírito, e a civilização é a expressão do progresso, o alvo da tendência universal. (...) No entanto, com a civilização aumentam as afecções nervosas, em especial a loucura [cita Estados Unidos, Inglaterra e França como civilizações mais avançadas]. Os cheiros suaves brandos ou penetrantes, como o da rosa, do lírio, do jasmim, da flor de laranjeira acumulados em uma atmosfera confinadas ocasionam cefalalgias, náuseas, vômitos, e às vezes síncope (se não também a morte) pela excitação pronunciada que produzem no sistema nervoso. (...) Não há muito tempo que foi a público nesta cidade [Salvador] o fato de uma infeliz moça, que recebendo, ao abrir a gaveta de seu guarda roupa, a impressão súbita do cheiro de uma perfumaria que aí existia sofreu um choque nervoso tal que ocasionou-lhe imediatamente suspensão das regras, que bem cedo atirou-a no túmulo ainda no sorrir da vida!

Apesar de atacar as formas de sociabilidade aristocrática da vida em festas, teatros e saraus como uma ameaça à família, deixada abandonada, e à moral, por se tratar de mundo de devassidão e de valorização do luxo e das aparências, o discurso liberal-médico, por outro lado, era contra a reclusão das mulheres ao ambiente doméstico e a favor da reformulação dos costumes, em contraposição àquilo que era pregado pela Igreja Católica. Ou seja, ainda que se aproximasse do discurso religioso pela ênfase na moral, o debate levado a cabo pelos médicos confrontava com o tipo de vida moral preconizada religiosamente no país, ao mesmo tempo em que, apesar de “buscar novos tempos e formas de sociabilidade”, os médicos defendiam um cotidiano e relações distintas daquilo que foi trazido ao Brasil pela corte de Portugal. Enfim, aproximações e tensões constituíram o debate estabelecido, evidenciando a multiplicidade de modelos e de modos de vida que estavam em convivência e disputa no Brasil. A corte portuguesa no Brasil, pelo prestígio que desfrutava, promove um importante deslocamento nos modos de vida, ímpetos e interesses, posto que as referências de conduta passam a estar geograficamente próximas, mas, ainda assim, seu impacto é variado, na medida em que instala-se no Rio de Janeiro, o que acaba por articular deslocamentos substanciais nos modos de vida e na economia do Brasil na direção de um crescente privilégio ao sudeste, que passa à condição de eixo político-econômico e social do país. No que se refere ao perfume, como mencionado, a autonomização funcional vivida em contexto europeu somada aos avanços de conhecimento em química e biologia acarretam a crescente dessacralização dos cheiros e diminuição de sua referência à saúde permitindo que o produto seja comercializado sem necessária vinculação à fé e as questões de adoecimento, no entanto afina-se sua associação ao estético-erótico, significados igualmente remissíveis aos cheiros desde tempos antigos. De qualquer modo, o reposicionamento da corte portuguesa, como representante desse estilo de vida e imaginário diferenciado, na teia relacional que envolvia os habitantes do Brasil e o desenvolvimento da categoria profissional dos médicos, por intermédio desta mesma corte, e seus posicionamentos

frente a uma concepção de civilização, de corte e de uso de aromáticos, reordena a constelação de significados que define os cheiros e as fragrâncias, enquanto cheiro comercializado. Estes fatores de descontinuidade aumentam em relevo na medida da difusão do capitalismo, dos meios de comunicação e dos recursos tecnológicos globalmente e na medida em que sudeste e sul, que recebem maiores influências do “mundo moderno”, passam a coordenar a produção industrial brasileira e correlativamente a construção das narrativas de significação dos produtos através da publicidade e do controle crescente dos meios de comunicação que vão galvanizando maior integração nacional ao longo do século XX (ORTIZ, 1996).

Por outro lado, um outro fator de relevo a ser considerado é que os cheiros de gente civilizada deveriam contrastar com o cheiro dos incivilizados e dos menos civilizados. Ou seja, uma linha demarcatória de fundo odorífero é erguida internamente de modo a classificar hierarquicamente categorias de habitantes. Aqueles que são classificados como de mau odor acabam sendo retirados da condição humana ou humana completa (seriam sub-humanos), ao mesmo tempo em que se mantém a valoração moral a partir dos cheiros: o subumano é socialmente sujo, doente e feio. Ora, tal pecha recai principalmente sobre os negros. O negro fede a budum, a bode, segundo vários textos encontrados no acervo de jornais e revistas da Biblioteca Nacional. A inferioridade dos negros seria algo evidenciado na superficialidade dos corpos e estaria ao alcance dos sentidos. Em que medida também o preconceito, adicionalmente às crenças, não alimentou uma ordem de consumo de fragrâncias por escravos e ex-escravos? De qualquer modo, quando os ventos do mundo dos aromas aristocráticos chegam ao Brasil, já encontra um mundo aromatizado pelo medo do sobrenatural, para a cura, para a prevenção a doenças e para embelezamento e sedução. A corte trará mais motivações ao consumo dos aromas e, acima de tudo, uma concepção de mercado que levará à ampliada circulação e depois produção industrial no país. O Brasil, ainda no século XIX, era já importante destino das fragrâncias produzidas em França (ASCHCAR, 2001).

No entanto, o percurso civilizador europeu, com a consolidação burguesa, retira o perfume de sua condição de necessidade. Desse modo, estar alinhado a um modo de vida “mais civilizado” e do progresso, como bradavam os médicos baianos, aproximava o perfume do supérfluo e, portanto, expressava-se, quanto ao domínio das práticas, no uso eventual ou inexistente do produto. Estar limpo prescindia deste produto, afinal perfume falseia. Seria, então, esse maior alinhamento do sudeste e do sul com uma Europa burguesa, industrial, capitalista, racionalizada, acentuado pelo forte fluxo migratório europeu em início de século XX para essas regiões, como projeto de crescimento econômico e branqueamento racial, algo a que a Bahia, no nordeste, não pôde implementar por conta de sua franca perda de capital político e econômico, fator de maior distanciamento entre estas regiões quanto a gostos, modos de vida e práticas de consumo? O comércio de perfumes se instala, abrindo espaço para que a produção também lentamente comece a se desenvolver. Ironicamente, a maior distância do nordeste e do norte em relação à mais imediata influência exercida pela presença e atuação da corte portuguesa, bem como aquilo que ficou conhecido, no caso baiano, como fase do marasmo, em que se vivia mais a nostalgia de um passado colonial no qual a região era expressão e lugar da riqueza do que a tentativa de se ajustar ao novo modelo de visão e conduta, a pujante presença negra e indígena em comparação às demais regiões, que receberam consideráveis levas de migrantes europeus provavelmente mais distanciados ainda em relação ao modo de vida “pré-moderno” que parecia insistir em se perpetuar em certas partes do Brasil, e o peso do processo de estigmatização a forçar ao negro a aquisição de perfumes por questões de sociabilidade e (auto)estima podem ser sido alguns fatores que proporcionaram aos mais pobres das regiões mais pobres uma valoração singular do perfume, mesmo em formato mais cabalmente industrial, numa direção que leva ao consumo assíduo do mesmo a ponto de destacar o Brasil no cenário mundial. Há que se considerar que o peso e pressão por assumir uma conduta “civilizada” teria recaído, em primeiro lugar, naqueles que pertencem aos extratos

superiores, mais afeitos ao esforço da mudança de hábitos para fins de pertencimento a uma condição social diferenciada. A magia dos cheiros teria aberto espaço à ampliação do seu lugar enquanto produto capitalista no Brasil?

Desse modo, a problemática de fundo empírico nos leva a interesses teóricos de razoável envergadura. A específica dinâmica civilizatória brasileira foi marcada por um processo de colonização que teve como elemento colonizador um povo português em transição na constituição de um modo de orientação de condutas mais racionalizado, mas ainda assim cativo em um modo pré-racionalizado (medieval) de existência. Nesta mesma dinâmica civilizatória, o colonizador se deslocou de seu habitat costumeiro e no exercício do desbravamento da natureza e da relação com povos desconhecidos submetidos pela força, habitantes da terra e trazidos de fora. Com esses outros povos, os encontros deviam ser marcados por forte tensão emotiva, por envolver o cuidado com a revanche, mas também por extremada interdependência, em variados graus a depender do grupo, tornada mais sentida na questões urgentes do cotidiano, a exemplo das situações de doença e de amor/ódio em que a magia era chamada a atuar. Estas interdependências criavam e reforçavam laços de solidariedade, ainda que mercantilizados, e reforçavam crenças e temores, ao tempo em que potencializavam interpenetrações civilizatórias cujo curso foi rotacionado por um segundo momento de colonização, aquele ocorrido no século XIX com a vinda da corte de um Portugal comparativamente mais racionalizado, e posteriormente com a mais franca deflagração de um projeto civilizador para o Brasil que tensionava com os ajustes civilizatórios que estavam sendo ensaiados na América. Todavia, o descompasso aqui referido pode ser elemento-chave para compreendermos o gosto pelo perfumar-se no Brasil, ao mesmo tempo em que pode lançar luz sobre especificidades do processo de autonomização funcional brasileiro. Para tanto precisamos questionar: Qual a medida da autonomização nos Brasis? O consumo de perfumes pode nos ajudar a pensar esta problematização pelo modo como conjuga as dinâmicas do corpo – na sedução, no embelezamento,

na doença e cura – com a moralidade – no sexo e na religião –, com o sobrenatural – no mágico-religioso – e com os afetos – no amor, no ódio, no desejo, na estima e na autoestima – num produto que é comercializado na condição de cosmético. Já na primeira metade do XIX o Brasil se tornou o segundo maior destino, após a Inglaterra, dos perfumes franceses (ASHCAR, 2001). Contudo, as dinâmicas relacionais se deram de modo diferenciado dentro do Brasil constituindo múltiplas facetas civilizatórias (figurações) reticularmente conjugadas numa figuração maior: a Nação em construção. Entender os lugares de produção e consumo e, portanto, os produtores e consumidores de fragrâncias no país demanda a interpretação da rede em sua complexidade numa visada histórica; contudo tal procedimento não parece suficiente.

Uma estratégia adicional para aprofundar as discussões, e encontrar novos elementos para enriquecimento do debate, tem sido tomar um caso para discussão, um aroma que permita discutir o perfume nas religiões, a que seja associado papel de cura e que tenha assumido valor comercial. Mais do que isso, que permita perceber e discutir possíveis deslocamentos de sentido dos aromas no nordeste, ou em parte dele, por servir de elo entre um modo de vida “mais colonial”, prolongado até o XIX, e as transformações de século XX, caracterizadas pela crescente busca por inserção no projeto nacional de desenvolvimento, via industrialização, e que encontra uma “solução” possível na reafirmação de certas características locais agora sublinhadas como tradição e que parecem se coadunar com as demandas do próprio “mundo moderno” que parecia contradizer (OLIVEIRA, 2017). Tomo, enfim, a alfazema, aroma que até os anos 1980, podemos afirmar, foi o cheiro do Brasil (ASCHCAR, 2001) e que teve na Seiva de Alfazema da Phebo a primeira expressão de forte sucesso comercial, cuja comercialização inicia nos anos 40 do século XX e perdura até os dias atuais, mas que comparece como nota de destaque na composição de variados perfumes que figuraram/figuram nas prateleiras dos brasileiros como esse objeto material que pode me servir como canal de acesso às teias simbólicas que sintetiza e que ajuda a constituir.

Considerações finais

As fragrâncias como objeto de consumo no mercado capitalista das vaidades foi o ponto de partida para as questões estruturantes desta pesquisa. No entanto, à pergunta a respeito do porquê desprendermos dinheiro comprando perfumes, já que somos dotados de odores pessoais, interrogações outras foram se destacando e se impondo de modo a reconduzir a investigação para direções antes inusitadas. O lugar do Brasil no *ranking* internacional de consumo do produto foi definidor desses novos caminhos. Como podia um país tão atravessado por desigualdades ser o maior consumidor de fragrâncias? Como ultrapassamos os Estados Unidos? Somos um país grande, mas não o mais populoso. À estranheza do posto assumido pelo Brasil, outras foram se sobrepondo em função dos dados publicados a respeito das características de consumo no país: este se destacar mesmo consumindo, por excelência, produtos mais baratos; a região de maior consumo (Nordeste) ser a de menor renda no país, conforme dados do IBGE; e o consumo ser capitaneado pela classe C, ou seja, uma classe que sobrevive “a duras penas”. Como compreender esse panorama? Inicialmente, busquei acessar o porquê de as pessoas consumirem perfumes hoje, isto é, como elas interpretam o consumo de perfumes, seus significados e quais são suas histórias odoríferas. Para isso, tanto as entrevistas como os questionários foram fundamentais, pois trouxeram à baila algo que igualmente pareceu inusitado: do ponto de vista dos entrevistados, perfume não é supérfluo. Ao contrário, é “básico”. Contudo, as entrevistas não conseguiam responder como os perfumes se tornaram coisa básica. Para tanto, era preciso uma pesquisa socio-histórica que me permitisse enxergar a figuração em processo; os usos e concepções ligadas aos aromas de um modo geral, base para a definição da relação com os perfumes, enquanto produto particular.

A maior inspiração metodológica aqui é o modo como Elias (1995) busca compreender como Mozart se torna gênio. Assim, poderíamos perguntar: como o gosto pelo cheiro de alfazema vai se instituindo?

Quais as redes de relações que, em seus equilíbrios instáveis de poder, foram socio-historicamente se tecendo de modo a conformar esse gosto a ponto de tal aroma se manter nas prateleiras dos supermercados, farmácias, perfumarias como produto de consumo de destaque até hoje, a despeito da diversificação dos aromas usados pelas gerações pós anos 1990? Quais redes de interdependência que remetem a relações intercontinentais foram se tecendo em múltiplas funções igualmente interdependentes e que conformaram em nós o gosto pelo estar perfumado de modo a constituir aqui um potente mercado consumidor de fragrâncias capitaneado por pobres que entendem que perfume é artigo de necessidade? Assim, ao mesmo tempo, o modo de tratamento de Elias (2005) a respeito da tela de Watteau em suas diferentes apreensões ao longo do tempo é inspiração. Quais foram, enfim, as apreensões a respeito do perfume em sua flutuação histórica e que nos permite compreender o momento atual? A questão, apesar de alguns avanços, permanece ainda em aberto.

CAPÍTULO 4

IMPLICAÇÕES NA CLASSIFICAÇÃO/ DEFINIÇÃO DE UM BEM CULTURAL: A PERSPECTIVA DE UM "VIAJANTE"

Edson Farias

A maior proporção deste texto é tomada pelo relato de uma viagem de campo, realizada na última semana de agosto de 2016. Essa fora a terceira viagem da equipe do Grupo Cultura, Memória e Desenvolvimento da Universidade de Brasília (CMD/UnB). Como as anteriores, essa também esteve motivada pela pesquisa relativa ao *Processo de instrução técnica do inventário do reconhecimento do Complexo Cultural do Boi-Bumbá do Médio Amazonas e Parintins a patrimônio imaterial do Brasil*, resultado do convênio celebrado entre o Instituto Histórico e Artístico Nacional e a UnB. O processo de patrimonialização fora iniciado em 2004, em resposta à representação feita junto ao IPHAN pela Secretaria de Cultura do Amazonas, em nome de uma solicitação popular. Duas outras equipes antecederam, no curso do mesmo processo, a atuação do grupo do CMD.

Em linhas-gerais, para os objetivos perseguidos na pesquisa, o Complexo Cultural do Boi-Bumbá do Médio Amazonas e de Parintins é concebido como uma forma de expressão lúdico-artística na qual estão reunidas dimensões cênicas, plástico-coreográficas e melódico-percussivas. Na sua natureza de folguedo, saberes, ofícios e modos de fazer se delimitam um domínio de práticas que o transubstancia em diversão e celebração, incluídas no ciclo dos festejos juninos. O objeto focalizado na pesquisa, portanto, é a forma de expressão conceituada como a forma-boi, tendo por singularidade a figura do habitante autóctone da região – o indígena, representado tanto no agrupamento

das “tribos” quanto no personagem “Pajé”. Esta forma-boi adquire formatos diferenciados na extensão da Mesorregião Amazônica do Médio Amazonas, em particular nas sub-regiões geopolíticas VIII (área do Médio Amazonas, abarcando os municípios de Itacoatiara, Itapiranga, Maués, Nova Olinda do Norte, Presidente Figueiredo, Silves e Urucurituba) e IX (área do Baixo Amazonas, estendida entre as cidades de Barreirinha, Boa Vista do Ramos, Nhamundá, Parintins, São Sebastião do Uatumã e Urucará.), ambas integradas à divisão administrativa do Estado do Amazonas.

Embora permaneça um pano de fundo à exposição, neste texto o foco não estará nos objetivos da pesquisa e, sim, no fato mesmo da viagem. Sabemos o quanto se tem escrito (provavelmente, ainda muito se escreverá) acerca dos impactos cognitivos, estéticos e afetivos das viagens. Muitos são os profissionais cujas atividades se centram nesses deslocamentos – missionários, naturalistas, botânicos, literatos, artistas plásticos, historiadores, entre outros que se tem debruçado sobre a relativização de referenciais decorrentes de ocuparem a posição de viajantes em alguma(s) situação(s) de suas vidas¹. Sem dúvida, são nos relatos dos etnólogos que, pelos menos em tempos mais recentes, encontram-se momentos importantes dos efeitos reflexivos gerados sobre o senso de familiaridade e semelhança devido ao distanciamento do seu mundo social autóctone². Enfim, tantos antropólogos sociais e/ou culturais atinaram a respeito da ruptura com certezas préreflexivas em razão do estranhamento provoca-

¹ Para citar de maneira um tanto aleatória exemplos literário-ficcionais, são ilustrativas obras como *Contos de Canterbury* (Geoffrey Chaucer, 1400), *Coração das trevas* (Joseph Conrad, 1901) e *Cidades invisíveis* (Ítalo Calvino, 1972); filmes à maneira de *Apocalypse Now* (Francis Ford Coppola, 1979) e *Sob o céu que nos protege* (Bernardo Bertolucci, 1990).

² Um marco a esse respeito, em *Afrique Fantome*, Michel Leiris (2008) monta um sintético diário da viagem feita pela primeira Missão Etnográfica e Linguística Dacar-Djibuti, ocorrida entre 1931 e 1933. Saindo de Paris, atravessaram a África do Atlântico ao Mar Vermelho. Estão registrados no texto episódios do cotidiano da missão, porém destaca-se o esforço do autor em expor suas expectativas e decepções no encontro com a alteridade africana. Na tradição disciplinar antropológica, muitos livros narram experiências afins. Tão somente recordo alguns que me servirão de referência: Naven (BATESON, 2008), Tristes trópicos (LÉVI-STRAUSS, 1996), *Negara: o Estado Teatro no século XIX* (GEERTZ, 1991) e *Sistemas políticos da Alta Birmânia* (LEACH, 1996).

do pelas viagens com a finalidade de conhecer os respectivos campos de pesquisa³.

Contudo, o ponto de partida neste artigo não está no efeito de estranhamento gerado pela relativização dos referenciais. Ao contrário, parte-se de uma sucessão de episódios em que o pesquisador – no caso, o autor deste texto – compartilhou com os(as) seus(suas) interlocutores(as) o recurso às categorias de arte e cultura quando se tratou de referenciar certas séries de comportamentos já compreendidos enquanto partes de hábitos e costumes, mas com graus diferenciados de institucionalização. O estranho, portanto, na interlocução adveio dessa reciprocidade de sentidos e, com isso, da naturalidade interna à troca discursiva de certezas em torno da existência de uma e outra categoria, não apenas como palavras, sobretudo, como fatos empíricos relaciona-

³ Ao lado da matriz culturalista, tendo por protagonista Franz Boas, nos Estados Unidos, estendeu-se da Inglaterra, nos anos que se seguem entre o final do século XIX e as quatro primeiras décadas do século XX, a tradição definida pela matriz disciplinar intelectual-objetivista, a qual obteve sucessivos êxitos institucionais em termos analíticos, isto, nos rastros da emergência da chamada Escola Francesa de Sociologia – corrente composta pelo próprio Durkheim, tendo no seu sobrinho Marcel Mauss não apenas um continuador criativo, mas também um parceiro na confecção de um patrimônio teórico indiscutível deixado aos estudos socioantropológicos. Este relativo sucesso pode ser igualmente mensurado pela disseminação da proposta em outras praças, principalmente na pressão exercida pela contribuição de Durkheim sobre o universo dos estudos antropológicos ingleses do período. Do outro lado do Canal da Mancha, uma fundamentada linhagem de pesquisas no campo da antropologia física estava no contraponto dos estudos devotados aos temas mentais (referidos mais à psicologia experimental) e morais. No compasso do final do século XIX, com alterações sensíveis operadas na prática e na reflexão dos etnólogos, a cisão epistemológica entre os dois domínios de saber antropológico começa a ser questionada. Para isso, o empenho de W.H.R. Rivers fora em especial importante e se manifestou na tentativa de agrupar as duas faces, moral-cultural e físico-biológico, sob o apanágio do que, paulatinamente, denominou-se de Antropologia Social, executando estudos voltados para problemas relativos à organização social, enfocando basicamente a questão do parentesco a partir do emprego do método genealógico. Contudo, a empreita de Rivers mereceu maior destaque pelo propósito que propriamente pelos resultados analíticos, em grande medida devido ao emprego de conjecturas para trabalhar o amplo material etnográfico recolhido no raio de alcance do Império Britânico. A situação começa a mudar na medida em que uma nova geração formada pelos mestres – como Rivers – elege por meta o recurso a esquemas lógicos e teóricos compromissados com a coerência conceitual no trato com os corpus empíricos dispostos na observação disciplinada das hipóteses de trabalho (KUPPER, 1973, p.15-20). A esse respeito, dois autores saltaram à frente: Radcliffe-Brown e Malinowski. A despeito das controvérsias sobre o impacto das respectivas trajetórias no campo antropológico, interessa-nos apenas o que ambos legaram à montagem do método funcional, pois um e outro cientista social estiveram compromissados em apreender e, desde aí, intervir sobre as premissas da Escola Francesa, inserindo elementos que tanto corrigiram alguns aspectos quanto preencheram lacunas presentes ao esquema do sociólogo francês.

dos a uma divisão cosmológica em que texturas artístico-culturais com suas justificativas e condicionamentos contracenam com as demais na organização do “mundo”, embora gozando de prioridades distintas.

Por certo, dois problemas fundamentais às ciências sociais estão na contrapartida da estranheza acima referida, a saber: as divisões sutis de mundo e as ontologias históricas. Logo, ambos informam o núcleo da problematização que move este texto. Isto porque, ante a convergência de sentidos em meio às oportunidades de interação discursivas com os(as) interlocutores(as), manifestavam-se sinais de dois processos de longa duração histórica interdependentes entre si – ou seja, as dinâmicas sócio-históricas de mundialização da ideia de cultura e de efetivação da cultura como uma esfera da experiência social⁴. Extrapola aos objetivos deste texto qualquer reconstrução dos dois processos, tampouco se pretende avançar na conceituação de um e de outro. No instante em que reconheço (nos episódios acima aludidos) índices das duas dinâmicas, a tônica está depositada na circulação e transmissão transcontinental de ideias no que toca à formação de subjetividades, tendo por contrapartida o papel exercido pelas mediações culturais. Em termos mais concretos, aqui, quando se focaliza a formação de subjetividades artístico-culturais precipitadas nas tomadas de posição dos(as) agentes relacionados ao Complexo do Boi-Bumbá Amazônico, ao mesmo tempo, discute-se a função de tradução realizada na mediação cultural exercida pelo pesquisador. De modo mais enfático, tal mediação é examinada do ponto de vista da sua funcionalidade na circulação da ideia de arte/cultura com desdobramentos possíveis na composição dessas mesmas subjetivações.

Sinalizando às “margens” de um percurso de encontros

De acordo com o comentário de Carlo Ginzburg (1989, p.151), calcado na semiótica, o paradigma indiciário começa se firmar nas ciências humanas no final do século XIX. Sem muito alar-me, mas movido pela a atenção aos detalhes, segundo o historiador, esse modelo episte-

⁴ Sem maiores pretensões analíticas, adiante assinalo melhor um e outro processo.

mológico grassou repercussão nas humanidades na medida em que a tarefa cognoscitiva desvia da prerrogativa sobre leis gerais, em favor da busca de pistas (sinais, índices, emblemas). Logo, confere-se relevância a aspectos a princípio insignificantes, por sua individualidade, os quais são alinhados por uma narrativa e, com isso, revelam sua força elucidativa de uma complexidade incapaz de ser apreendida de modo direto (Ginzburg, 1989, p.152).

Neste tópico, a descrição sintética da viagem feita com a finalidade de prosseguir a pesquisa de campo sobre o Complexo Cultural do Boi-Bumbá Amazônico, cumpre a tarefa narrativa de localizar os episódios que, em pontos diferentes do trajeto percorrido, sinalizou as questões envolvidas numa complexidade a princípio intangível à percepção imediata do pesquisador. Ou seja, dispostos nas margens dos objetivos primeiros – identificamos no início deste texto – que justificavam a ida à Amazônia, tanto por suas respectivas individualidades quanto pela continuidade e afinidades estabelecidas entre eles. Tais episódios gradualmente saíram de um lugar secundário na nossa atenção por fomentarem a reflexão sobre as mediações que engendram processos de patrimonialização no cruzamento das dinâmicas sócio-históricas de universalização histórica da cultura e efetivação desta última como uma esfera da vida social. Em especial, no instante em que constituíram acontecimentos reveladores de modos de subjetivação calcados na antecedência da arte/cultura.

A partida da equipe do CMD⁵ do porto fluvial de Manaus ocorreu por volta das 17 horas, do dia 26 de agosto de 2016; já a chegada ao destino, à cidade de Maués, deu-se na manhã do dia seguinte, em torno das 10 horas. Na primeira parte dessa terceira viagem, a equipe esteve acompanhada de duas das técnicas da Superintendência do IPHAN do Amazonas.

Tanto na recepção, no pór, quanto durante toda a estada em Maués, a equipe do CMD contou com o apoio decisivo de Waldo Mafra Carneiro Monteiro (Barrô) – músico, empresário da cadeia do guaraná natural, comerciante e mestre da cultura popular que, desde

⁵ Na ocasião específica dessa viagem, a equipe estava composta pelos auxiliares de pesquisa Juliana Velloso Sá e Matheus da Costa Lavinsky, mais o consultor audiovisual Rogério Luís de Oliveira, além do coordenador da pesquisa Edson Farias.

a primeira viagem da mesma equipe, ocorrida em abril daquele ano, atuou como nosso contato, mediador e interlocutor.

Para além da realização de imagens (fotográficas e audiovisuais) do ambiente da cidade, o cerne das atividades em Maués esteve, a princípio, concentrado na reunião de mobilização de detentores(as) do saber/fazer do bois-bumbás locais. No Auditório do Museu do Homem de Maués – Espaço Sapó –, sobretudo, composta por homens e cuja faixa etária ultrapassava, na maioria dos casos, os 40 anos de idade, compareceram representantes que se identificaram, respectivamente, as seguintes comunidades e entidades: zona rural: Nossa Senhora Aparecida do Pedreiro (rio Urupadi) – Boi Teimosinho; Santo Antônio do Mucaja (rio Parauari); Comunidade Santa Maria (rio Maués Açu) – Boi Tapiraiara; Comunidade de Nossa Senhora das Graças (Laguinho da Costa de Vera Cruz) – Boi Garantido. Por sua, da zona urbana havia o professor Paulo Viana Bentes (Escola Municipal Francisco Canindé v – Boi Francisquinho); as professoras Ruth Hatcwell e Joelma Simões (Escola Estadual Nossa Senhora Maria das Graças – Boi Campineiro). O propósito do encontro era ouvir e registrar os relatos de cada um deles e promover um debate em torno da situação contemporânea do folguedo naquele e demais municípios que compõem a Mesorregião do Médio Amazonas. E, igualmente, viabilizar o diálogo entre os representantes da cultura local com a superintendência regional do IPHAN, mediante a presença de duas das suas técnicas.

Realizada na manhã e tarde do dia 28 de agosto, com a reunião se atingiu, em parte, os objetivos previstos. Em particular, para fins de registro audiovisual, recolheu-se um significativo montante de relatos, os quais deixaram pistas importantes para o entendimento da história sociocultural não somente do folguedo do boi-bumbá, mas também de outras manifestações populares, abarcando dimensões lúdicas e religiosas, igualmente, àquelas relacionadas aos sistemas produtivos e as redes hidráulicas, envolvendo os modos de plantio e técnicas de extração da flora local para fins de sobrevivência e transporte/comunicação. Nesse sentido, dois momentos foram especialmente sugestivos. O primeiro ocorreu quando da referência ao folguedo da Tapirewara, o qual tem

por característica o protagonismo exercido por um quadrúpede, mas nele se varia da figura da onça a da anta lançando fogo pela boca, acompanhada dos diretores de índios e dos caçadores. O outro destaque foi o pormenorizado por um dos mestres, Assis Rodrigues Fernandes, no qual o acervo de saberes e fazeres locais se evadiram da descrição das distintas fases das atividades relacionadas ao ofício de construção náutica fluvial: do exame e pesquisa das plantas adequadas para a feitura de diferentes embarcações às atividades de construção das naves. Nas muitas falas se fizeram ver os cruzamentos de linhagens ameríndias, europeias e africanas na expressão do boi-bumbá da região, ratificando-o como bem cultural apto a ser reconhecido por sua representatividade junto a “diversidade e pluralidade culturais dos grupos formadores da sociedade” (IPHAN, 2000, p.08). Ao mesmo tempo, a reunião tornou possível vocalizar gargalos que, hoje, comprometem o prosseguimento das manifestações. Entre os condicionantes apontados a esse respeito: dificuldade de financiamento, atuação oscilante do poder público, distanciamento entre a realidade comunitária da qual parte o folguedo e as expectativas geradas quando este integra um festival voltado para os visitantes turistas, entre outros. Chamou atenção as reiteradas comparações tendo por parâmetro o Festival de Parintins. Em muitas dessas comparações, ao mesmo tempo em que se aludiam, de modo crítico, mesmo repreensivo, aos caminhos espetaculares seguidos pelo folguedo parintinense, pois teria se afastado da “tradição”, reclamava-se da desigualdade existente entre a situação “lá” e àquela em Maués⁶.

⁶ Observadas durante a conversão, ali no Museu do Homem, as polarizações discursivas tendo por objeto a indicação e, ao mesmo tempo, a fixação de oposições entre o que é apresentado como diferentes proposições identitárias coletivas, são importantes à luz das disputas políticas relativas ao posicionamento dos grupos no espaço social mais amplo da cultura naquela região geopolítica e sócio-simbólica. Fazer uma observação assim é importante diante de situações como a seguinte. Dois dias depois – como relatado adiante – a equipe do CMD visitou uma comunidade ribeirinha no interior de Maués. Logo no momento do desembarque depara-se com um dos representantes que, no dia 28 mais se enfatizou o desconforto com a descaracterização comunitária do boi-bumbá em face das reverberações locais do modelo parintinense. Na ocasião o acompanhava o filho Lenilson da Silva Medeiros que, em conversa, informa que atua como professor numa das escolas comunitárias do município – a da comunidade São José. Perguntado sobre a existência do folguedo na escola onde atua, ele não hesitou em denunciar sua participação na promoção da brincadeira entre os estudantes. E, logo, confessou sua participação nas tribos do Boi Garantido, em Parintins, ao lado de outros jovens mauesenses.

Entabulado entre os representantes da cultura local e as técnicas do IPHAN, o diálogo dirimiu dúvidas acerca do processo de patrimonialização, em especial, sobre a relação entre ações de salvaguarda a serem adotadas em favor do bem simbólico do boi-bumbá e modalidades de financiamento. Bem como serviu para motivar a discussão em torno da montagem de um fórum regional voltado à troca de ideias e à busca de soluções para os problemas envolvendo o bem patrimonializado, caso algo assim se confirme. A reunião foi encerrada por volta das 16 horas, com a apresentação do Grupo Musical Boi Teimosinho entoado peças de gamba – um ritmo percussivo amazônico.

Ainda que não fosse peculiar àquela situação, a minha participação observante na ocasião do encontro aguçou um pouco mais a curiosidade relativa à cumplicidade estabelecida entre as diferenças funcionais ali posicionadas – quer dizer, detentores(as) do saber da forma-boi e as representantes da superintendência regional do IPHAN. Cumplicidade tendo por objeto o bem simbólico, o qual lhes ratificava as devidas posições dispostas de maneira homóloga, já que orbitavam em torno da justificativa do interesse pelas “coisas” da cultura. A referida cumplicidade percebida naquele encontro sinalizava para algo



Figura 1: Museu do Homem de Maués.
Fonte: Próprio autor.

ainda incompleto na minha capacidade de nomeá-lo, elucidando-o. Na sua individualidade de acontecimento, tecido por afetos e intencionalidades, a reciprocidade estabelecida parecia dizer bem mais sobre a nossa estada e participação no processo de patrimonialização. Fazia-se índice da localização deste último processo num escopo mais largo.

Por conta da centralidade no argumento desenvolvido neste artigo, voltarei a essa digressão mais adiante. Por ora vale lembrar que os resultados da reunião de mobilização ficaram, porém, aquém no tocante à possibilidade acessar a manifestação do boi-bumbá local. Não houve encenações do folguedo, apenas foram colhidos relatos a respeito. Diante dessa lacuna, a alternativa encontrada foi inserir no roteiro da estada em Maués o deslocamento da equipe até uma das comunidades em que fosse possível ver uma apresentação do bumbá. O que se deu no dia 30 de agosto, quando a equipe se dirigiu à comunidade Nossa Senhora do Pedreiro, na zona rural.

Mas antes dessa pequena viagem, durante parte do dia 29, junto às duas técnicas da Superintendência do IPHAN do Amazonas, a equipe do CMD participou de um almoço na casa de Barrô. Além de confraternização, a estada ali serviu também para conhecer o espaço interno do Museu de Arqueologia e História de Maués, localizado nos limites da moradia. Nele, está reunido o acervo contendo peças arqueológicas (machados de pedra, vasos e instrumentos rústicos que produzem a trilha musical da lenda do guaraná) e artesanais, também esculturas feitas do pó de guaraná, ainda mapas geográficos do município. Entre os documentos, numa das estantes encontrei um número da série *Memória dos Brasileiros, Saberes e Fazeres*, dedicado ao plantio e beneficiamento do guaraná. Outra vez, tive a impressão de estar ante a um emblema equívoco na sua mensagem. Pois, a certa altura do livro, deparei-me com uma entrevista concedida por Barrô. Descrevendo sua trajetória de vida e das atividades profissionais, fazendo questão de frisar sua função de “vendedor de cultura”:

Tínhamos um comércio varejista variado e os dois guaranazais, que ele tinha como atividade paralela. Vim para tocar esse trabalho com ele. Depois fui mudando o ramo de trabalho. Em 1988, o garimpo estava no auge. Foi quando meu irmão mais velho também decidiu voltar. Nós montamos uma sociedade, uma confecção, que nos anos 80 ficou muito conhecida. Depois entrou em crise, no tempo em que o ex-presidente Collor prendeu o dinheiro de todo mundo. O garimpo e o comércio fracassaram. Ficamos de mãos atadas, procurei com o que trabalhar. Paralelo a isso, eu tocava o guaranazal. Fazia a colheita para o meu pai, vendia o guaraná. Para chegar ao terreno que compramos no Limão, demorávamos 45 minutos de voadeira, um motor de popa da região. Era uma despesa muito grande, porque se gastavam 20 litros de gasolina para ir e voltar todo dia. Aí deu uma seca muito grande e não dava para chegar até lá. Você tinha que caminhar no meio da lama na época da safra. Não compensava carregar toda a semente para cá para torrar. Depois, fui vendo que não dava para manter o guaranazal limpo, pagar a manutenção e sobrar alguma coisa. No início dos anos 90, resolvemos parar com o cultivo. Hoje, selecionamos as sementes dos pequenos agricultores e vendemos o guaraná deles. Foi a melhor forma que eu achei até agora. Eles trazem a produção de rabeta, uma canoa com um motorzinho pequeno, que anda bem menos e é menor do que a voadeira. Aí dou o tratamento. Boto na peneira, separo o miúdo, o grão, bato. Faço questão de ser artesanal mesmo. *Falo para todo mundo aqui que não vendo guaraná, vendo cultura.* (MUSEU DA PESSOA, 2007, p.47 – grifos meus).

Completo em sua formação, uma vez mais o Grupo Boi Teimosinho se apresentou executando peças não somente de gambá, pois foram apresentadas outras variantes musicais da região⁷.

Com a finalidade de conhecer de perto outra recorrente versão do folguedo – o chamado “boi de escola” –, na tarde daquele mesmo dia, a equipe do CMD se dirigiu à Escola Francisco Canindé Cavalcanti com a finalidade de ver a apresentação do Boi-Bumbá Mirim Francisquinho. Estando a organização e o preparo dos trajes e adereços a cargo de professores(as) e estudantes, e toda a encenação do folguedo

⁷ No intervalo das apresentações do grupo musical, em conversa com os dois mestres ali presentes de mais idade, a equipe do CMD pode ouvir e registrar cânticos relativos aos contatos culturais do clero jesuítico com os nativos do povo Sateré-Mawé, no compasso de interpretações civilizatórias ocorridas em meio à conquista e avanço colonial imperial europeu naquela área da América do Sul. Do repertório, por ora, talvez, bastar sublinhar que os dois entoaram todo um trecho de uma missa em latim. Nunca é demais recordar que, na bibliografia especializada, há muitas remissões aos efeitos da pedagogia catequizante jesuíta como uma das fontes da brincadeira do boi-bumbá na Amazônia.



Figura 2: Grupo musical Boi Teimosinho.
Fonte: Próprio autor.

sob responsabilidade dos(as) últimos(as). Embora não contasse com sonoridade e percussão próprias, já que se recorreu à execução eletrônica de um CD de toadas. A evidente inspiração no modelo de boi-bumbá de arena de Parintins se manifestou na miniatura expressiva apresentada, contando com os itens Sinhazinha da Fazenda, Cunhaporanga, Page, as Tribos, os Vaqueiros e, claro, a exibição do personagem do boi de pano⁸.

O percurso da sede de Maués à comunidade Nossa Senhora do Pedreiro levou duas horas, numa voadeira. O trajeto permitiu, à equipe do CMD, conhecer de perto aspectos bem peculiares às paisagens do ecossistema amazônico, em especial os igarapés e pequenas ilhas fluviais. No percurso pelo leito fluvial dos afluentes do Amazonas, chamou atenção para as redes de trocas de bens materiais e intangíveis que se fazem na contrapartida do trânsito de pessoas e equipamentos de transportes.

⁸ Por diversas vezes, nos depoimentos e também nas conversas não registradas, a equipe do CMD ouviu referências ao fato de as escolas realizarem seus respectivos festivais folclóricos. Bem ilustrativo da forte presença das imagens do festival parintinense na socialização e nos imaginários da região do Médio Amazonas, o episódio traz ainda índices acerca das mediações que atuam a favor da propagação desse específico sentido de boi-bumbá. Emblemática a respeito, a conversa com um jovem professor responsável, na escola, pela montagem e apresentação do folguedo evidenciou sua relação de longa data com o festival de Parintins e que membros da sua família já brincavam de boi antes dele nascer.



Figura 3: Boi Francisquinho.
Fonte: Próprio autor.



Figura 4: Rio Urupadi.
Fonte: Próprio autor.

A chegada à comunidade ribeirinha no final da manhã encontrou a família do Mestre Iracito (José Carlos Cardoso) tocando as várias atividades que compõem o seu cotidiano. Morador exclusivo da comunidade, ali, o clã com seus membros se distribuía: enquanto dois dos genros, mais um filho descascavam raízes de mandioca que seriam transformadas em farinha – ingrediente básico ao cardápio local –;



Figura 5: Comunidade Nossa Senhora do Pedreira.
Fonte: Próprio autor.



Figura 6: Apresentação do Boi Teimosinho na Comunidade Nossa Senhora do Pedreira.
Fonte: Próprio autor.

outro filho se ocupava de modelar remos a partir de tronco de árvores; algumas das filhas cuidavam de atividades domésticas e, no curso das conversas, soube-se que outros filhos estavam às voltas com o extrativismo de algum vegetal.

Não demorou muito para, reunida, a família – em seu todo, mais de 30 membros, de gerações diferentes – tomasse em roda o terreirão da

comunidade, sob as copas de frondosas árvores, já portando insígnias e adereços enfeitados coloridos, dançando e cantando em torno do boi de pano “Teimosinho” branco com detalhes pretos, embalados pela percussão resultante do entrosamento de instrumentos tocados por alguns dos filhos e netos do mestre.

A roda protagonizada pelo Boi Teimosinho no terreirão daquela comunidade de iniludível vínculo familiar possibilitou à equipe do CMD ratificar os dois seguintes aspectos: de um lado, a acomodação paralela e perpendicular entre os diferentes formatos que ora concretizam a forma boi-bumbá e são constituintes do Complexo do Boi-Bumbá do Médio Amazonas. Afinal, aquela manifestação do boi de terreiro prossegue em meio à envergadura e propagação do modelo de boi de arena de Parintins; de outro, o tão esperado encontro com aquela versão de terreiro familiar revelou a centralidade do parentesco na transmissão dos saberes e fazeres relacionados à brincadeira totêmica do boi. Enfim, fizera-se notório o pacto intergeracional estabelecido de uma cultura oral respaldada no substrato sociomorfológico do quadro de memória que, mesmo seletivamente, põe as lembranças fundamentais à continuidade temporal do bem simbólico. E, por consequência, chama atenção à sobreposição de temporalidades na geo-história amazônica cujas camadas mnemônicas se cruzam na forma-boi, deixando-se ver, por exemplo, o mútuo engendramento dos elementos do auto sacramental jesuíta e dos ícones autóctones, à maneira das “tribos” (ou seja, os agrupamentos cênicos cujas vestes e adereços estão referidos aos povos nativos pré-conquista europeia). Em última instância, nas presenças e alterações dos formatos em que se atualizam, repondo-a e reposicionado a forma, o drama encenado no folguedo foca a dialética estabelecida entre permanência e discontinuidades que assinala a problemática em torno da passagem do tempo, com suas indissociáveis articulações com as alterações socioestruturais. Portanto, a atenção ao compasso desses movimentos sócio-históricos se mostra nevrálgica para o entendimento dos modos como a reposição continuada da capacidade da forma expressiva do boi-bumbá se mantém no *status* de referente à identidade regional do Médio Amazonas.

Após a encenação, ao lado de três das suas netas, todas acompanhadas de instrumentos de percussão, mestre Itaracito executou algumas peças de gambá. Na sequência, conversou com a equipe do CMD. Falou da tradição do boi, de como participa dela por mediação do seu pai, além de sublinhar o seu esforço para que filhos e netos deem continuidade àquele legado. E como já havia ocorrido em outros momentos, mas com outros agentes, o mestre ressaltou o compromisso com a sua “cultura”, na mesma medida em que se autodenominou um “agente cultural”. Confesso que, uma vez mais, estranhei o recurso tão íntimo a ambas as nomeações. Como já me referi antes, o estranhamento provocado pela situação me exultava pensar em sinais apontando às margens das justificativas do percurso que realizamos. Mas o caminho só estava iniciado.

Depois de almoçarmos, a volta à sede de Maués se deu na tarde do mesmo dia, na qual a equipe do CMD tomou um barco até Boa Vista, pernoitando nessa cidade. Na manhã seguinte, de lancha se dirigiu a Barreirinhas e, ali, em uma nova lancha rumou para Parintins. Seguiram-se três dias de atividades – 31 de agosto a 02 de setembro.

A estada na cidade teve por finalidade preencher algumas lacunas da viagem realizada em junho, por conta da ida para acompanhar o Festival Folclórico. Basicamente, o propósito era conversar com dona Odinéia Andrade (Maria Nascimento Andrade) – nome-chave quando se trata tanto de acessar a narrativa oficial sobre o Festival dos Bumbás de Parintins quanto de buscar elementos ao entendimento dos meios e modos pelos quais o modelo de boi de arena galgou as feições que adquiriu. Esta motivação também conduziu a equipe à entrevista com Maria Pérpetuo Socorro de Oliveira. Hoje presidente do Conselho de Ética do Caprichoso, ela fez parte do círculo que atuou na codificação normativa dos itens que, elevados à condição de regras de julgamento do concurso entre as entidades, moldaram o formato prevalecente na realização do folguedo nos três dias do Festival. Ao mesmo tempo, Socorro participou do início da comissão de arte do Boi-Bumbá Caprichoso, intervindo diretamente na revisão cênica das apresentações.

E, ainda, compôs a primeira diretoria do Caprichoso, quando a entidade se tornou uma associação sem fins lucrativos, mas com estatuto juridicamente reconhecido. Ainda, retomou-se o contato com Erick Nakanome, membro da Comissão de Arte do Caprichoso que, na vez anterior, comprometeu-se a repassar à equipe do CMD parte da pesquisa iconográfica sobre a trajetória dos figurinos e alegorias dos bumbás; pesquisa realizada para fundamentar a dissertação de mestrado que ele defenderá na Escola de Artes Cênicas da Universidade Federal da Bahia.

O rescaldo da entrevista com ambas, no entanto, introduziu um tema até então não considerado no percurso da pesquisa, a saber, a repercussão da presença das mulheres no folguedo, em particular de mulheres oriunda das classes médias, portadoras de níveis mais elevados de escolaridade formal. As duas são professoras e originadas no seio de famílias melhor situadas na hierarquia da estratificação social local. Efeitos que dizem respeito ao avanço de processos de intelectualização e racionalização de condutas com forte repercussão na consolidação do formato de boi de arena. Nesse mesmo sentido, como não poderia deixar de considerar, a percepção dos efeitos da ampliação das bases sociais dos bumbás e seu festival anual incluía a posição ocupada pelo jovem artista, também de classe média: sua contribuição transcende a atuação no interior dos galpões de fabrico dos cenários e roupas expostas nas três noites no Bumbódromo, disposta como objeto de um trabalho acadêmico numa instituição prestigiada no âmbito da produção de conhecimentos sobre as artes no país, a cultura plástico-visual de Parintins é internalizada no debate acerca dos bens estéticos legítimos.

A partida da equipe do CMD na direção de Itacoatiara ocorreu no final da madrugada do dia 02, chegando à cidade por volta do meio-dia. Ali, resultante da consulta e assessoria da Secretaria Municipal de Cultura, a agenda de atividades da equipe se desenrolou por quatro dias e sempre com o apoio pleno e irrestrito de Hiléia do Nascimento Palmeira – produtora cultural e funcionária da prefeitura. Devido à localização pulverizada e distante entre-si dos pontos a serem alcançados na realização da pesquisa e por conta da baixa oferta de taxis, optou-se por



Figura 7: Pier de Itacoatiara.
Fonte: Próprio autor.

alugar um carro de passeio com o intuito de conferir mais celeridade e liberdade de locomoção aos trânsitos da equipe.

A agenda executada em quatro dias se iniciou ainda na tarde da chegada, guiada por Hiléia Palmeira, a equipe do CMD seguiu em busca da casa do Mestre Mirinho (Valmiro Borges – morador antigo cuja trajetória de vida se confunde com a história do folguedo local). Encontrando-o se agendou a conversa para o dia seguinte pela manhã. Já no início da primeira noite na cidade, a ida ao Instituto Técnico da Amazônia esteve movida pela escuta do professor da área de literatura e poeta Salomão Amazonas Barros. Na medida em que se centrou na lembrança do seu pai, um artista local celebrizado pela sua atuação como palhaço e ter fundado e animado o lendário Boi Treme-Treme, o relato de Salomão Barros deu pistas importantes sobre as proveniências e evolução do folguedo do boi-bumbá em Itacoatiara. Depois de buscar Mestre Mirinho em sua residência, na manhã do outro dia, o endereço da equipe teve por fundo a pequena capela localizada em frente da Academia de Letras Itacoaratiense. A gravação do depoimento do Mestre Mirinho se alongou por quase duas horas seguidas. Ao longo da fala são relacionados episódios da infância em que já brincava de boi. Recordou o primeiro grupo de boi que montou. Fez um esforço de memória para descrever o formato e a dinâmica

do folguedo de então. Ele entoou toadas de diferentes épocas. Confessou também os enfrentamentos físicos que ocorriam entre os representantes de bumbás, em sua maioria homens, quando se encontravam nas ruas. Dançou os passos do boi e o movimento das tribos. Denunciou, ao final, o descaso com a “cultura” do boi na cidade e, mesmo assim, afirmou sua vontade de pôr outra vez o seu bumbá “pro povo”.

Na tarde do mesmo dia, reunidos na casa do presidente do Boi Coração Vermelho, Lindomar Guimarães da Silva, uma roda de conversa foi composta por membros das associações de bumbás locais. Os depoimentos à equipe do CMD permitiram vislumbrar outra fase do folguedo na cidade, em particular, o momento em que predominou o formato do boi de rua. Com forte ênfase masculina, relataram, nesse período – em parte, considerando a faixa etária que prevalecia naquele círculo, referido às décadas de 1970 e 1980 – as mulheres se mantinham às margens da sociabilidade lúdica em que o encadeamento de cânticos e danças na realização da encenação estava entremeado da informalidade irreverente dos gestos e dizeres, da bebedeira e, muitas das vezes, resultava em brigas com outros grupos afins. Também relataram e descreveram em suas linhas gerais à passagem para o formato do boi de arena. Fizeram comparações entre os modos de realização do formato em Parintins e em Itacoatiara, em particular, no que toca ao desenho percussivo. Resgataram a denúncia a respeito da correlação de forças que teria se estabelecido, com a participação do governo estadual, que poderia ter favorecido o Festival de Parintins em detrimento dos bois-bumbás. Tal posicionamento, inclusive, teria impedido a continuidade no uso de nomes idênticos pelas associações de ambas as cidades. Com isso, eles protestaram: na medida em que os nomes “caprichoso” e “garantindo” se tornaram exclusividade de Parintins, impôs-se incontornável trocar as nomeações dos bumbás locais⁹. Concluíram de maneira um tanto lamentosa acerca da situação

⁹ O tema recorrente nas conversas travadas pela equipe do CMD em Itacoatiara – o cerne da questão, parece estar na interrogação: a qual das duas cidades cabe o direito de primogenia no que toca às origens do boi-bumbá no Médio Amazonas? Porém, o recurso às datas torna essa antecedência nebulosa, porque se refere à década de 1960, quando já existiam os bumbás Caprichoso e Garantido, em Parintins.



Figura 8: Hiléia do Nascimento Palmeira, Candido Azevedo Calixto dos Santos, Francisco Lira Nascimento e Mestre Valmirinho, na Casa de Lindomar Guimarães Silva.
Fonte: Próprio autor.

atual do folguedo na cidade, porque na falta de apoio do poder público, o festival folclórico não é realizado há dois anos, impedindo os bois de se apresentarem. Ainda, no instante em que focalizavam as dificuldades contemporâneas, fizeram menção ao fato de que bem pouco do preparo da apresentação dos bumbás ocorria na cidade. O acerto com os artistas vindos de Parintins incluiria um “pacote completo” equivalente às alegorias e muitas das roupas, além das coreografias.

O prosseguimento das atividades no sábado (dia 03 de agosto) levou a equipe do CMD, pela manhã, até a casa de Evaldo Galdino da Silva, numa área mais periférica do município, no bairro Santo Antônio. Casado, pai de dois filhos pequenos, ele trabalha como padeiro, mas responde pelo ofício de “amo” do Boi-Bumbá mirim Tira-Teima. Os quatro membros da família habitam uma pequena casa de cômodos, dividindo espaço com os costeiros, capacetes e toda sorte de trajes e adereços do bumbá, ao lado dos troféus conquistados pelo Tira-Teima. A conversa com ele trouxe uma riqueza de detalhes sobre o folguedo. Lembrou a presença muito cedo da brincadeira na sua vida, participando do boi organizado por seu pai cuja figura é o nome, “Minca” – que já havia aparecido em outros depoimentos ouvidos pela equipe de

pesquisa –, conferiram o eixo da narrativa construída por mais de duas horas. Entre a linhagem de sete irmãos, ele herdou do pai a função de amo do boi e, com os olhos encharcados, sentenciou: “Quero deixá-la como herança para o meu filho”.

Recordou sua passagem por outros bois locais. Como já havia se tornado habitual, também Evaldo destacou o comprometimento com a sua “cultura”. Desde aí descreveu todo o trabalho de preparação anual do Tira-Teima, que divide com a mulher e um dos filhos. Chega mesmo a confeccionar os instrumentos da percussão. Doa as roupas às crianças participantes. Perguntado sobre os custos, já que não conta com apoio público e tampouco de qualquer outra entidade, riu e deu ombros para concluir: “Prefiro não pensar nisso”. Sua tarefa inclui a preparação do terreno onde brincar o boi-bumbá mirim, armando o mastro e enfeitado com bandeirinhas coloridas de papel e, com isso, põe o cenário de festejo do ciclo junino. Nos dias de festejo, convidados, coparticipam grupos de quadrilha junina. Ali, no terreiro, seguindo a tradição, dá-se a matança e queima o boi de pano, ao final. O ponto alto do relato se deu com a reconstrução que fez da sua atuação como amo e, com isso, expôs o itinerário oral-cênico do auto sacramental na sua forma elementar.



Figura 9: Evaldo Galdino da Silva.
Fonte: Próprio autor.



Figura 10: Boi Mina de Ouro.
Fonte: Próprio autor.

Durante a tarde, a equipe do CMD visitou um bairro de pescadores para conhecer o Boi Mirim Mina de Ouro. A área externa de uma das casas mantém semelhança com a casa de Evaldo Galdino, em razão das costeiras penduradas no teto e as burrinhas da vaqueirada estarem sobre a laje da casa que ocupa a parte de entrada do mesmo terreno, onde vive uma mesma e ampla família e se encerra às margens do Amazonas. Na conversa com o presidente da associação Mário José Azevedo Calixto e o levantador de toadas Sérgio Carlos Correia Michelis, a novidade esteve por conta da relação do folguedo com o festejo carnavalesco na cidade, pois o bumbá compartilha espaço com objetos relativos à escola de samba. Sendo que ambas as entidades tem os mesmos organizadores e o compositor e levantador de toadas também é compositor e autor de sambas-enredos.

Na manhã do dia seguinte, de lancha, a equipe do CMD partiu para Manaus, de onde viajou de volta a Brasília. Da bagagem, além dos resultados empíricos, agora constava não apenas objetos trazidos nas andanças; a autonomeação como artistas e/ou agentes culturais, ouvida ao longo do percurso, reverberou na inquietação em torno do lugar do pesquisador e seu interesse pelo tema dos bens simbólicos. A percepção do que tomei por sinais no curso da viagem, em particular, a sintonia estabelecida entre os propósitos da pesquisa, as categorias de pensamento adotadas pela equipe do CMD e o recorrente recurso à qualificação

de arte, artistas e cultura entre os detentores do saber da forma-boi, transpunham os limites daquele processo de patrimonialização. Enfim, de que arranjo éramos partes?

Sujeitos culturais e suas homologias posicionais

De clara inspiração nos desígnios definidos por Gaston Bachelard (1977, p. 78-139) a respeito da “reflexividade incessante da razão” e do “corte epistemológico”, no caudal do livro *Homo Academicus*, Bourdieu propõe-se a reaver as prerrogativas apresentadas em *A profissão de sociólogo* (1999) – assinado também por Jean-Claude Chamboredon e Jean-Claude Passeron. Com isto, aciona os termos da “vigilância epistemológica” e a “reflexividade relativa” no compasso da imersão na trama societária interna ao mundo universitário, em que o embate entre interesses e a promoção de desilusões são cúmplices das hierarquias e fazem duetos com conflitos, luta por prestígio, deflagração de crises e rupturas. Como que atravessando a superfície do espelho no qual ele mesmo se reflete, vislumbrando a própria identidade, o autor cruza a legitimidade institucional da universidade, sua evidência de agência apta a classificar e propor certezas, entronada no reconhecimento de que abriga os meios mais eficientes e justos de objetivação, por estar devotada ao compromisso com a razão universal.

No mesmo instante dramático de reflexividade em que se engendram mutuamente autoanálise e socioanálise (BOURDIEU, 2005, p. 80), são deflagrados os aspectos que irão exigir do autor-narrador do livro o que ele, em outro momento, denomina de “objetivação do sujeito da objetivação”¹⁰. Afinal, o obstáculo que se erguia

¹⁰ Na ideia operacional da “objetivação do sujeito da objetivação” ocorre a aplicação analítica realizada, nesse texto de Bourdieu, do projeto de sociologia calcado na reflexividade. Projeto este que torna imperioso a qualquer exercício de objetivação das relações instauradoras do mundo social ater-se à trama própria em que o agente da objetivação sociológica se torna uma posição de sujeito cognoscente e afetivo. Denominando-a de “vigilância epistemológica”, este projeto/princípio procedimental focaliza a realização sociológica como um entre outros regimes de verdade no instante em que intervém em favor da polissemia. Isto é, da ampliação das possibilidades de saber e dizer o “mundo”, enfim, de alargar as “coisas ditas” acerca dos mundos e das experiências que o atualizam (BOURDIEU, 2004, p.114-118; 2009, p.50-69).

no empreendimento científico proposto estava no modo de equalizar sua proximidade física e o distanciamento cognitivo que se fazia imperativo; enfim: como ultrapassar a “dificuldade de instaurar esta relação de proximidade rompida e restaurada”? Ruptura e restauração que resultariam do trabalho realizado sobre o objeto de conhecimento, mas também sobre o sujeito objetivante do mundo social (BOURDIEU, 2011, p.21). Eis o momento em que, em franco diálogo com a contribuição de Jean-Claude Passeron (1995, p.93-94), Bourdieu ressalta seu compromisso com o desvelamento da condição discursiva do fazer sociológico. Entende que, ao mesmo tempo, esse desvelamento tanto resgata o condicionamento simbólico das práticas quanto problematiza a antecedência estrutural-simbólica à medida que a remete ao plano da expressividade e da comunicação de atores em dinâmicas de lutas sociais, de disputas posicionadas por posições.

Tomou por inspiração a reflexividade bourdiana, mas visando aplicá-la como procedimento analítico. Isto se deve à percepção da ambiguidade relativa ao lugar do pesquisador no processo de patrimonialização em foco, em particular, a especificidade da situação de proximidade e distanciamento. Num primeiro momento, essa dualidade ressalta o papel de tradutor, porque deve o pesquisador representar segundo convenções inerentes ao gênero literário do dossiê de patrimonialização à multivocalidade e à multiplicidade de gestos dos/as seus/suas interlocutores(as). Como observa James Clifford (2002, p.179-227), o ponto nevrálgico reside nos riscos da tradução intercultural mais que mutilar – pois toda tradução é por natureza “traidora” –, forçar ao silêncio a alteridade sobre a qual fala, em respeito ao imperativo de que a descrição e análise se mantenham fieis ao realismo etnográfico. No retorno a Bourdieu, cabe recordar que, investido do *ethos* escolástico, ao longo da viagem de campo, o pesquisador deu seguimento à conduta dos agentes inseridos nos campos de produção simbólica. Ao se entenderem distantes do mundo, podem tomá-lo como objeto impessoalizado. Ao mesmo tempo, a princípio, ele desconsiderou enquanto parte do objeto de reflexão a sua posição autônoma, isto é, renegou a condição de

estar despreocupado com as exigências da vida material, embora prestasse serviços diretos ao Estado, em grande medida, apoiado na aptidão conformada em capital cultural. Ora, essa mesma posse de um capital manifesto na competência reconhecida e autorizada para nomear, classificar e imputar sentidos ao que fora transubstanciado como elementos do bem simbólico examinado, também o habilitava para a função de traduzir, em texto, iguais componentes etno-históricos. O distanciamento escolástico do pesquisador, entretanto, esteve tensionado, vimos, pelos usos contínuos dos/as interlocutores(as) de categorias afins às dele, embora as envolvessem de afetos relativos seja a lembranças pessoais e/ou de decursos geracionais, seja a sentimentos comprometidos com contemporâneos laços familiares, de vizinhanças e/ou mesmo das entes simbólicos (ainda que não necessariamente jurídicos) mais abrangentes nas quais se inscrevem suas experiências, em grande medida convertida em costumes ¹¹— sobretudo, a figura do “povo”¹². Nos parágrafos seguintes, o relevo dado à posição de tradutor do pesquisador contracenava com essa familiaridade evidenciada nas conversações travadas com essas diferentes vozes. É preciso ressaltar, contudo, que o propósito de especular a respeito da constelação sócio-histórica em que — acredito — inscrever-se a sintonia percebida em torno da díade arte/cultura no trajeto da viagem de campo, conferirá o tom digressivo deste item do artigo.

¹¹ As conversações próprias aos processos de patrimonialização estão condicionadas pelas negociações da memória, sujeitas a recordações e esquecimentos; ao mesmo tempo, elas vêm no caudal dos modos de equacionar identidades e sentidos de lugar (GEERT; ROIGÉ, 2016, p. 11-12).

¹² Apropriado a concepção de povo, tal como proposta por Rita Segato (2012, p. 111-112): “Percebemos assim que os costumes de um povo são submetidos a escrutínio e deliberação permanente e, em consequência, modificam-se, pois a permanência desse povo não depende da repetição de suas práticas, nem da imutabilidade de suas ideias. Soltamos assim as amarras que sustentam a identidade, sem dispensá-la, mas referindo-a à noção de povo, enquanto vetor histórico, enquanto agente coletivo de um projeto histórico, que se percebe como proveniente de um passado comum e construindo um futuro também comum, através de uma trama interna que não dispensa o conflito de interesse e o antagonismo das sensibilidades éticas e posturas políticas, mas que compartilha uma história. Esta perspectiva nos conduz a substituir a expressão “*uma cultura*” pela expressão “*um povo*”, sujeito vivo de uma história, em meio a articulações e intercâmbios que, mais que uma *interculturalidade*, desenham uma *inter-historicidade*. O que identifica este sujeito coletivo, esse povo, não é um patrimônio cultural estável, de conteúdos fixos, mas a auto percepção por parte de seus membros de compartilhar uma história comum, que vem de um passado e se dirige a um futuro, ainda que através de situações de dissenso interno e conflituosidade”.

Nesse sentido, não se fará uma aplicação analítica do conjunto de sinais antes identificado. A expectativa é justificar a evocação da perspectiva indiciária no movimento mesmo em que examina a aludida posição de mediador ocupada pelo sujeito da objetivação sociológica.

O lugar de autoria na elaboração de um dossiê integrado ao processo de patrimonialização no reconhecimento de um bem cultural é atravessado por um emaranhado de determinações relativas à natureza de trabalho intelectual realizado a luz de uma encomenda institucional, subordinando-se a regras que lhe embasam o formato e o teor¹³. Tais reações contracenam, no plano nacional, com as pressões estatais tanto de ordem jurídica, quanto parlamentares e, ainda, administrativas (instâncias federais, regionais e municipais)¹⁴. Condicionantes assim interferem: agilizam ou retardam trâmites; um viés operacional pode se impor em detrimento de outras possibilidades no tocante aos focos da pesquisa, às abordagens, às ênfases textuais. Também respondem de algum modo àquelas expectativas dos grupos detentores do saber/fazer e seus círculos mais próximos. Igualmente, reverbera as ingerências acionadas por frações dos mercados (agências e operadoras turísticas, setores de serviços de transporte/hospitalidade e alimentação), entre outras. Não se pode esquecer, porém, o fato de o texto refratar os circuitos institucionais montados no enlace de órgãos translaterais, organizações não governamentais, fóruns e demais instâncias nos quais se nomeiam/identificam bens culturais, fornecendo categorias, esquemas de classificação, análise e reconhecimento desses bens – instrumentos

¹³ A título de exemplo: entre as orientações sobre a redação do dossiê consta um modelo de sumário para o texto. De acordo com o modelo, é imperioso constar, em ordem: “apresentação” (definição do objeto de registro, contextualização do trabalho, resultado sobre o que será encontrado no dossiê, outras informações); “identificação” (descrição pormenorizada do bem, seu recorte territorial e história, além dos significados que lhe são atribuídos); “o bem cultural como objeto de registro” (justificativa do reconhecimento do bem como patrimônio cultural do Brasil); “recomendações de salvaguarda” (diagnóstico, indicação de ações preliminares, linhas de ação de médio e longo prazo); “notas”; “referências bibliográficas” e “anexos”.

¹⁴ Desdobramento da inserção dos direitos culturais no texto constitucional aprovado, em 1988, o tema do patrimônio imaterial é objeto do Decreto nº 3.551, de 04 de agosto de 2000, pelo qual se instituiu o “registro de bens culturais de natureza imaterial que constituem o patrimônio cultural brasileiro, cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial e dá outras providências”.

de cognição e normatização inscritos nos tratados, acordos e convênios com incidência no entendimento dos processos nacionais, regionais e locais de patrimonialização¹⁵ (FARIAS & LINS, 2017, p.78-79).

Se essas injunções heterônomas deixam em xeque o primado da autonomia do juízo identificado como fundamento do regime da autoria individualizada¹⁶, algo assim não deve iludir quanto à posição de autoridade gozada pelo mesmo lugar. Autoridade no que concerne à assinatura habilitada a ratificar/prescrever ou não algo do mundo social como bem simbólico, mas com a finalidade de elevá-lo ao *status* de patrimônio cultural, no momento em que o inventaria submetendo às instruções técnicas informadas de categorias, conceitos e desígnios normativos capazes de tornar inteligível e plausivelmente pública (objetivas) as elaborações do que resultou das percepções/intuições do pesquisador. Artefato discursivo de tradução, o dossiê se inscreve no estatuto

¹⁵ Ilustrativa a respeito é a seguinte observação de Dominique Polout (2009, p. 224-227): “O patrimônio, atualmente, está marcado pelo duplo abandono do arrimo patriótico e da exclusividade da alta cultura. De fato, sua definição, por um lado, deixou de ser estreitamente nacional, tendendo a identificar-se com um espaço cultural amplamente fracionado – até a terra inteira. Por outro lado, daqui em diante, ele engloba, para além da herança monumental *stricto sensu*, um conjunto de figuras e de atividades da civilização e da humanidade consideradas como significativas [...] A fórmula remete ao importante fenômeno da evolução atual do patrimônio, ou seja, a substituição do patrimônio da civilização, no sentido das Luzes, por um patrimônio mundial das culturas. A crise de uma representação da universalidade identificada com a história nacional, ou europeia, traduziu-se pela impossibilidade de manter a imagem tradicional de um patrimônio normativo [...] Ainda neste aspecto, o paralelo é evidente com a elaboração jurídica do ‘patrimônio comum’, que revela uma abstração quase completa, ‘visto que desapareceu o suporte material da propriedade, seja ela privada ou pública’. Em suas representações banais, e ao mesmo tempo, científicas, o patrimônio já não evoca a inscrição vigorosa dos antepassados na memória coletiva, nem os monumentos a transmitir à posteridade, mas os materiais de uma ancestralidade, frequentemente privada de datas ou de nomes, além de todos os recursos do imaterial.”

¹⁶ Na conferência “O que é um autor?”, realizada em 1969, Foucault conclui sobre os impasses articulados à centralidade conferida ao autor na história intelectual, mas sustenta que o autor tem afinidades com o nome próprio, mas se trata de um tipo específico de nome próprio, já que implica numa homogeneidade que autentifica e explica diferentes textos na medida mesma que supõe uma reciprocidade entre eles calcada na unidade de filiação. Sendo o núcleo, justamente, o nome do autor, o qual goza de um *status* na civilização ocidental, fixando como “ser de razão” em que se inscreve o poder de criação na sua profundidade subjetiva: O nome do autor não está localizado no estado civil dos homens, não está localizado na ficção das obras, mas na ruptura que instaura um certo grupo de discursos e seu modo singular de ser. Consequentemente, poder-se-ia dizer que há, em uma civilização como a nossa, um certo número de discursos que são providos da função de “autor”, enquanto outros são dela desprovidos. (...) A função autor é, portanto, característica do modo de existência, de circulação e de funcionamento de certos discursos no interior de uma sociedade. (FOUCAULT, 2001, p. 274).

dos modos eruditos de produção cultural. Nestes, as formas gráfico-gramaticais, embasadas no registro culto da língua e transmitidas pela educação escolar, impõem-se àquelas orais como os símbolos legítimos de comunicação e expressão do pensamento. Ao ser avaliado¹⁷, em se tratando desse gênero de escrita em que se formaliza a pesquisa relativa a determinado processo de patrimonialização, a prerrogativa da objetividade cognitiva, mas sem descurar da exigência de legalidade, consiste na base do crivo pelo qual passará. Ainda que haja aspectos memorialísticos, mesmo estético-literários, essa antecedência desfrutada pela objetividade evidencia o resgate de um princípio peculiar e central ao sistema de ciências na orientação da escrita e da avaliação do dossiê. Em termos sumários, o princípio da objetividade se respalda no método que observa os fatos, mas com o intuito de ver o que os encaixam, dão-lhes sistemática. Do ponto de vista lógico, importa evidenciar o que torna o particular inteligível. Logo, o objeto da investigação é vertido numa materialidade a ser observada para além de sua aparente mobilidade plural; sua multifacialidade é assujeitada pela intervenção da forma, ou seja, do raciocínio disciplinado habilitado apreender as relações de reciprocidades entre elementos de uma multiplicidade, elegendo um ponto de observação prioritário.

O posicionamento do/a seu/sua autor/a no sistema de perito acadêmico-científico está à contrapartida do prevalecimento do princípio da objetividade no exercício da escrita do dossiê. Ponto culminante do esquema de socialização inerente à educação escolar em diferentes arranjos nacionais inseridos no concerto interestatal, na medida em que detém o monopólio da concessão de títulos de reconhecimento do mérito para o exercício de especialidades integradas aos mercados das profissões, esse sistema consagra o que Anthony Giddens (1991) denomina de “currículo oculto” pelo qual se transmite às crianças é,

¹⁷ Após a entrega do dossiê ao Departamento de Patrimônio Imaterial do IPHAN, o documento é submetido à averiguação com a finalidade de observar se cumpre todas as exigências formais. Na sequência, é remetido à Câmara de Conselheiros da instituição. O texto é entregue a um relator que o apresentará no dia em que os conselheiros reunidos irão deliberar sobre o reconhecimento do bem cultural como patrimônio cultural do Brasil (IPHAN, 2005).

sobretudo, a reverência respeitosa frente ao conhecimento técnico, experimental. Como observa, ainda, o autor: a iniciação dos/as estudantes no ensino da ciência se faz pelos “princípios primeiros” de um conhecimento celebrado por sua condição indubitável. Deste modo, a permanência no aprendizado da ciência impõe-se como norma tácita a inserção de alguém nos fóruns onde se dinamizam controvérsias em torno da “falibilidade potencial de todas as reivindicações ao conhecimento em ciência”. Decorre dessa socialização uma espécie de culto à ciência, entendida mediante a “imagem de conhecimento fidedigno que se verte numa atitude de respeito para com a maioria das formas de especialidade técnica” (GIDDENS, 1991, p. 92).

A especialização técnica das habilidades, por sua vez, tem por suporte institucional e epistêmico, com suas devidas tradições intelectuais, um corpo disciplinar que, ao mesmo tempo, reflete, ratifica e constitui zonas ontológicas cujas divisões entre si e as que lhes são internas estabelecem uma cosmologia demarcando as dimensões natural e histórica sociocultural. No plano endógeno desta última, discernem-se as disciplinas atidas ao passado (a historiografia) daquelas orientadas para o contemporâneo. Entre as últimas, clivam-se os âmbitos do social, cultural, político e econômico (sociologia, a antropologia, a ciência política e economia) (LANDER, 2005, p. 33).

As condições da tradutibilidade textual das experiências com seus cenários e móveis, às quais foram relativas aos encontros propiciados pela viagem de campo à Amazônia, em suma, estão mediadas pelos destinos histórico-sociais das interpenetrações civilizatórias derivadas das expansões imperiais europeias e, em tempos mais recentes, de outras zonas hegemônicas do Ocidente. Em particular, joga decisiva contribuição à circulação da cultura científica ocidental e as muitas e diversas apropriações que dela se tem feito, no compasso da implantação dos diferentes sistemas acadêmicos e de ciência pelo mundo afora.

Mas quanto ao entendimento possível, na conversação entre pesquisador e interlocutores, no alongando do mesmo trânsito da pesquisa de campo? Não cabe dúvida o fato de que, entre os/as interlocutores,

havia muitos com formação escolar completa, ou seja, incluindo o acesso a níveis distintos da educação superior. No entanto, embora outros/as não detivessem o mesmo montante de capital educacional, isto não se converteu num obstáculo à comunicação, porque o emprego de categorias à maneira de arte e cultura, agentes/sujeitos culturais, subsidiou as trocas de sentidos. Por certo, uma das hipóteses para tal entendimento estaria na atitude estratégica dos interlocutores à medida que, na situação interativa estabelecida nas conversações, eles/as sacariam categorias afins ao repertório linguístico do pesquisador. Confesso o meu desconforto e desconfiança diante dessas soluções analíticas estratégico-instrumentais em que se enfatiza a capacidade reflexiva do agenciamento em meio às contingências interativas, sem se levar em conta o valor conferido aos recursos mobilizados, inclusive o acesso a chaves simbólicas e meios econômicos nas situações de interação para que pessoas os possa identificar/reconhecer como dotados do valor de recursos¹⁸. Então, sem desconsiderar as competências de imputar, narrar e de ajuizar, em termos de tônica, a problematização se desloca das escolhas e justificativas encaixadas nas representações dadas pelos(as) atores(atrizes) para os seus respectivos encaideamentos de atos (BOLTANSKI e THÉVENOT, 1999, p. 359–377)

¹⁸ Ainda que não compartilhe da premissa da teoria da ação weberiana, acolho do autor a atenção aos processos de validação. Isto porque, na questão da validação, em Weber (1992; 1992a), a elucidação dos termos que informam a compreensão social dispõe-se nas “interconexões históricas da subjetividade e objetividade da existência social” (GIDDENS, 1978, p.12). Seja o mundo da teoria ou aquele da prática, ambos, estão calçados – para Weber – no fato de que os valores se definem como “imaginação de uma validade que se torna motivo de uma ação”. E nos valores coincidem, nas reivindicações que implicam, tanto “normas de validade” quanto “pretensões de validade” e ambas estão encarregadas do engate da teoria da ação com a teoria do conhecimento da consciência. Ora, posto desta maneira, perde sentido heurístico a proposta de uma ordem imanente ao mundo, ou melhor, o mundo no sentido grego de um cosmo que nos confere segurança ontológica. A problemática das ciências histórico-culturais inicia neste ponto da proposição de que, para os humanos, a vida consiste na permanente tomada de posição valorativa, mas sempre em relação a valores. E o campo de verificação empírica das ciências culturais é aquele do conhecimento das conexões de sentido (de valores), ou seja, a arena em que tomamos nossas decisões. Fica evidente que o mundo histórico, tal qual Weber o concebe, caracteriza-se, fundamentalmente, pelo conflito de valores. Portanto, nos rastros de Kant, há a cisão abismal entre a estrutura da alma e a estrutura das coisas. A modernidade, enquanto condição histórica à experiência humana e estilo de vida, dos quais seríamos contemporâneos, não mais comportaria um monoteísmo; diria respeito ao politeísmo desencantado, composto de tantos deuses desposuídos dos mantos místico-mágicos.

aos espaços de posições posicionadas, onde se atualiza às disposições corporais em que contracenam diferentes e mesmo contraditórias condições de possibilidade sócio-históricas para classificar objetos simbólicos e à autonegação do ser/fazer artístico-cultural.

A perspectiva de uma lógica processual no estudo e reflexão sobre a mudança cultural orienta o argumento de que os esquemas cognitivos resultam das relações contínuas estabelecidas, nas experiências, entre as capacidades mentais e as realidades. Portanto, as formas de construção das estruturas cognitivas se dão em condições socioculturais específicas e estas se sobrepõem às formas de regulação comportamentais geneticamente definidas (DUX, 2012, p.29-99). Logo, a construção das personalidades ocorre no movimento mesmo em que a triangulação entre pensamento, linguagem e práticas realiza a diferenciação/elaboração do mundo mesmo onde se desenrola a experiência orientada por hábitos mentais, mas realizada pelas disposições corporais que atualizam as divisões práticas do mundo social. Entende-se nas disposições corporais um fator central às individualizações humanas, igualmente, porque as enxergo em conjunções indissociáveis; quer dizer, consistem de elementos de uma figuração sócio-histórica em que há sempre um exterior de uma interioridade (HEINICH, 2008). Nesse sentido, as diferentes posições artístico-culturais são aprendidas como atividades inscritas e, ao mesmo tempo, facultativas de tramados de interdependências humanas em que as coalescências e repulsas biopsíquicas estão no anverso psicogenético tanto do prosseguimento e/ou interrupção de regras de conduta dotadas de distintos níveis de institucionalização de condutas.

Assim, tomo a sério a assertiva eliasiana de que estão as estruturas sociais e as de personalidade mutuamente imbricados na consecução de destinos sociais individualmente experienciados, na medida em que a “modelagem geral e a formação de cada pessoa individual dependem da evolução histórica do padrão social, da estrutura das relações humanas” (ELIAS, 1994, p.25). Sob esse ponto de vista, as mudanças permanentes pelas quais estruturas sócio-simbólicas e

peças são agentes e objetos compõem processos de reticularidade, isto é, processos imanentes a redes móveis preexistentes às pessoas mas que, ao mesmo tempo, são compostas por elas, às quais estão também internas a outras tramas (ELIAS, 1994, p.39). Ainda de acordo com Elias, depositados e transmitidos nos discursos públicos, os conhecimentos socialmente elaborados participam da dialética em que a competência mimética se realiza, em meio às circunstâncias, numa contínua reelaboração simbólico-existencial das unidades psíquicas subsidiada nos saberes incorporados. São estes últimos decisivos à modulação de afetos e dispositivos de conhecimento e comunicação¹⁹. Desse modo, quando acionada, a competência mimética deixa evidente a intervenção da memória na experiência tendo por ambiente e conteúdo as interdependências sociofuncionais entre pessoas. Não se pode esquecer, porém, o traço plástico relativo às baixas pautas de determinação biogenética nos humanos, desdobrando-se na atitude de tomar os comportamentos de outros como modelos e, ao mesmo tempo, redefini-los, sob a pressão da distribuição de “retenções” (meios simbólicos, técnicos e matérias-primas) inscrita numa instável processualidade intergeracional de pessoas (ELIAS, 2002).

As vozes entretidas pelos encontros proporcionados pelas nossas viagens de campo tecem e, no anverso, são estruturadas pela teia de aspectos relacionados num processo de patrimonialização, o qual manifesta uma faceta contemporânea da esfera de guarda e produção de bens culturais laicos. Neste espaço social de possíveis se equacionam, de acordo com os seus códigos, coações provenientes de outras áreas da experiência sóciohistórica, mas com repercussão no amalgama de posições que a compõem e, por isso mesmo, na definição dos teores dispostos nesses mesmos pontos inter-relacionados entre si. Assim, os planos político, religioso, econômico, entre outros, estão transubstanciados

¹⁹ Falando acerca do tempo, Norbert Elias observa: “O indivíduo, ao crescer, aprende a interpretar os sinais temporais usados em sua sociedade e a orientar sua conduta em função deles. A imagem mnêmica e a representação do tempo num dado indivíduo dependem, pois, do nível de desenvolvimento assim como das experiências que o indivíduo tem delas desde a mais tenra idade.” (ELIAS, 1998, p.15).

nas formas e conteúdos daquele emaranhado em que se objetivam as possibilidades e limites dos posicionamentos ali identificados. Em plena interdependência, por outro lado, as tomadas de posição internas a essa esfera consistem em gestos, ou seja, manejos corporais e ocorrem embasadas em legados de saberes discursivizados ou tácitos. Quando os/as meus/minhas interlocutores(as) evocam, aludem, designam a si e a outras pessoas, objetos e situações mediante o emprego de palavras cujas semânticas se aninham no círculo dos sentidos relativos à arte e cultura, remontam conceituações e teorias embutidas nas formulações que percorrem os escopos disciplinares das humanidades, indo da história da arte e cultural àqueles das ciências sociais, da semiótica, da teoria literária e afins. Portanto, as nossas conversações estiveram mediadas por historicidades de saberes constituintes não apenas da subjetividade do pesquisador; igualmente, à formação daqueles(as) sujeitos culturais, com seus hábitos mentais e disposições para agir/pensar, foram engradadas pelo entremeado de saberes disposto na efetivação da cultura como um fato e uma esfera da vida social.

Por certo, embora homólogas – somos “sujeitos culturais” –, ante umas às outras, nossas posições relacionais denunciavam assimetrias de ordens diversas. Os modos pelos quais se deram interpelações por entremeados de saberes das humanidades com impactos nos nossos respectivos aprendizados, quando esmiuçados em seus percursos, são discrepantes entre si. Algo assim tem decisiva incidência na diferenciação entre as nossas tomadas de posição na esfera cultural. Como vimos, os vínculos ao esquema escolar, sobretudo ao sistema acadêmicouniversitário, condicionam como cheguei às conversações. E os/as meus/minhas interlocutores? As alternativas de respostas são muitas e apenas na reconstrução cruzada das histórias de vidas de cada um se obtém um quadro sintético dos percursos constituintes das suas subjetividades culturais. Apenas para especular caminhos possíveis, cito pontos ressaltados durante os relatos registrados nessas conversas: decorrências não planejadas da ação evangelizadora da igreja católica na região Amazônica, deixando por rastro a formação de ofícios artesanais

comprometido com o ideário artístico do “belo bom”²⁰; propagação por meio de ONG’s e órgãos do Estado (nos diferentes níveis) de repertórios conceituais, fundados em discursos filosóficos estéticos, em meio à execução de políticas públicas com a finalidade de promover o acesso aos direitos culturais e, também, tornar os modos de vida recursos aptos a integrar programas de autossustentabilidade socioeconômica para diferentes povos.

Enfim, neste texto pretendi potencializar um dos saldos das viagens à Amazônia: refletir sobre as condições de objetivação para além da posição do pesquisador, estendendo-a às interpelações de diferentes e múltiplos corpos na montagem dos sujeitos culturais. Sujeitos que, hoje, pressionam alterações sensíveis no teor e no entendimento acerca da esfera cultural, já que pressionam deslizes semânticos no que se nomeia/classifica por fazeres da cultura e bens simbólicos (FARIAS, 2017). Permanece em aberto avançar num protocolo de pesquisa que examine a fundo algo apenas aqui suscitado: se a universalização histórica da cultura é a contrapartida de uma dinâmica de formação de subjetividades culturais, estamos diante de uma faceta importante de processos civilizatórios em que se delineiam unidades psíquicas com os seus específicos gabaritos de autorregulação.

²⁰ Além do episódio citado na primeira parte deste texto, envolvendo o domínio do canto de uma missa católica por parte de dois membros do grupo musical Gambá, da cidade amazônica de Maués, é também exemplar a respeito a atuação na cidade de Parintins do padre italiano Miguel De Pascale. Vinculado à Prelazia Católica situada nessa cidade do Estado do Amazonas, entre as décadas de 1960 e 1990, o clérigo esteve à frente do curso de formação do ofício de santeiro. Atraindo muitos meninos, o curso sedimentou um corpo artesanal que, mais tarde, integrará os galpões de produção de alegorias e indumentárias apresentadas nas três noites do Festival Folclórico, pelos bumbás Caprichoso e Garantido. A figura do “artista de boi” é uma consequência não prevista dessa formação artesanal (BRAGA, 2002, p.360-361; FARIAS, 2011, p. 385-386).

CAPÍTULO 5

POVOS INDÍGENAS, ARTE E MEMÓRIA: NOTAS A PARTIR DA EXPOSIÇÃO "UNA SHUBU HIWEA"

Ilana Seltzer Goldstein

Introdução: em torno da noção de memória

Segundo o historiador Jacques Le Goff, a memória coletiva atualiza mitos, valoriza impressões subjetivas – por isso mesmo sofre distorções – e deriva de algo que foi experienciado, residindo na interface entre passado e presente (LE GOFF, 1990). Seu colega Pierre Nora concorda que a memória é alimentada por lembranças afetivas, vagas e passíveis de sucessivas deformações. Alguns elementos podem ser silenciados e depois ressurgir repentinamente (NORA, 1993). A memória faz sentido para quem existe no momento presente, ao passo que a história é uma “reconstrução sempre problemática e incompleta do que não existe mais. A história, porque operação intelectual e laicizante, demanda análise e discurso crítico” (NORA, 1993, p. 9).

O historiador Peter Burke considera aquilo que chama de “memória social” uma fonte que deve servir de matéria-prima aos historiadores. De que as pessoas lembram? Quem lembra? Em que momentos? Estas são algumas das perguntas que se pode fazer no “exercício de historicização da memória” (SANTOS, 2015, p. 5). Jan Assmann, por sua vez, trabalhando com a noção de “memória cultural”, enfatiza a ligação entre memória e identidade (ASSMANN, 1988). Para o autor alemão, a memória é um estoque de textos, imagens, símbolos e ritos que possibilitam a construção da identidade; um saber coletivo em cima do qual cada grupo assenta sua consciência de unidade; um repertório que se refaz de geração em geração. Nunca é exatamente a mesma, mas também não se altera por completo.

Cerca de cinco décadas antes desses autores, o sociólogo Maurice Halbwachs afirmou que a história começa quando a tradição se enfraquece e a memória social se decompõe. “Quando a memória de uma sequência de acontecimentos não tem mais por suporte um grupo [...] então o único meio de preservar essas lembranças é fixá-las por escrito em uma narrativa” (HALBWACHS, 2006, p. 101).

Não se tem aqui a pretensão de aprofundar, nem esgotar tal discussão. Mas esse apanhado introdutório permite notar tensões e sobreposições entre história e memória que vão se delineando ao se cotejarem abordagens e autores. Numa primeira tentativa de síntese, arrisco formular que a história opera a um só tempo a desnaturalização e o registro da memória, a partir do estudo crítico e sistemático de fontes, visando à produção de textos referentes a um passado distante ou que não é mais vivo na memória das pessoas do presente. A memória é predominantemente oral, subjetiva, experienciada diretamente, flexível e efêmera, enquanto a história, fixada em textos e imagens, armazenada em livros e arquivos, é mais perene, impessoal e adequada aos moldes científicos convencionais. Contudo, nas ciências humanas e sociais nada é tão simples e dicotômico. Seria possível contra-argumentar, por exemplo, que a escrita da história também é movida por escolhas subjetivas, também constroi mitos e também pode sofrer transformações – como nas recentes tentativas de reescrita de processos históricos que questionam versões hegemônicas e excludentes, valorizando uma maior pluralidade de vozes e visões, inclusive indígenas.

Tendo essas reflexões como pano de fundo, e partindo da constatação de que uma parcela dos povos indígenas parece estar cada vez mais interessada em registrar seus saberes e difundir suas expressões culturais, o presente texto aborda, primeiramente, formas de transmissão de conhecimento entre alguns povos ameríndios, para, em seguida, analisar uma exposição organizada em 2017 pelos Huni Kuin no Itaú Cultural, que conjugou objetivos estéticos e científicos com o desejo de recontar a história desse povo.

Registro e transmissão de conhecimento entre povos ameríndios

Tradicionalmente, nas sociedades em que predomina a oralidade, os fatos contados pessoalmente são esquecidos, selecionados ou reforçados dependendo da situação, e não se separa nitidamente o narrado do vivido (GOODY; WATT, 1996). Nesse contexto, a memória pode estar contida na iconografia tradicional ou em um provérbio, por exemplo. Segundo a linguista Bruna Franchetto (1986), a narrativa oral *kui-kuro* é seu principal mecanismo de transmissão de conhecimentos, seja nos relatos de acontecimentos testemunhados pelo narrador; seja nas histórias baseadas na cosmologia; ou então nas “histórias feias”, com temas obscenos. As artes verbais *kui-kuro* são extremamente sofisticadas. Há uma fala feminina e familiar, usada nas casas, e outra fala ritualizada e masculina, praticada no espaço público, o centro da aldeia. O canto permite comunicação com o universo dos espíritos. Já as rezas são fórmulas verbais memorizadas por especialistas que podem curar, fazer adoecer ou mesmo matar.

O corpo é um outro veículo tradicional de ensino e aprendizagem. Na maioria dos povos indígenas, os ritos iniciatórios são centrados no corpo dos iniciados. Como relata Pierre Clastres, em um texto já clássico (CLASTRES, 1978), os jovens Guaiáqui – hoje conhecidos como Aché –, durante o ritual de iniciação, são feridos com pedras, facas e ossos, aguentando em silêncio. Desse modo provam sua valentia, como futuros caçadores, e igualam-se aos outros homens, que possuem as mesmas cicatrizes. A sociedade Guaiáqui, com suas normas e seus princípios, é literalmente inscrita na pele dos iniciados. A dor logo passa, mas a memória do pertencimento persiste.

Após o contato com a sociedade nacional, “a escrita transforma tanto a natureza da comunicação, fazendo-a ir além dos contatos pessoais, como o sistema de armazenamento de informação” (GOODY, 1988, p. 47). A escrita disponibiliza os conteúdos em locais e em tempos distantes, reorganiza-os e torna-os mais estáveis – sem necessariamente

substituir códigos e linguagens tradicionais. O mesmo vale para a produção de vídeos sobre temática indígena, para apresentações de dança ou exposições indígenas em museus e galerias. São novas maneiras de fixar sua memória e de se revelar como sujeitos históricos.

Em um livro publicado a quatro mãos pelo yanomami Davi Kopenawa, em parceria com o antropólogo francês Bruce Albert, o xamã contrasta o uso que seu próprio povo faz da palavra com o uso feito pelos brancos: “Nossos pensamentos se expandem em todas as direções e nossas palavras são antigas e muitas, vêm de nossos antepassados. Não precisamos, como os brancos, de peles de imagens para impedi-las de fugir de nossa mente. [...] Nem por isso elas irão desaparecer, pois ficam gravadas dentro de nós” (KOPENAWA; ALBERT, 2015, p. 75). “As peles de imagem” são os textos impressos em papel, como livros e jornais. Ora, tradicionalmente, o saber yanomami, profundo e de longa duração, é reativado em cada atividade cotidiana, difundido de maneiras que prescindem da escrita. Foi no afã de conseguir se comunicar melhor com a sociedade nacional, que Davi Kopenawa, uma das lideranças mais reconhecidas do povo yanomami, aceitou o desafio de produzir um livro escrito para compartilhar sua perspectiva sobre o universo e inclusive sobre o mundo dos brancos.

Nas complexas situações de contato com a sociedade nacional, alguns povos ameríndios têm se apropriado de modalidades de registro e transmissão de conhecimento dos brancos. Vale a pena oferecer ilustrações desses processos, que conjugam oralidade e escrita, memória e história. O registro cinematográfico, por exemplo, revelou-se um caminho interessante. *Wapté Mnhônô, iniciação do jovem Xavante* foi dirigido por Divino Tserewahú, um Xavante que participou de oficinas da ONG Vídeo nas Aldeias. Mostra processos como a corrida de toras – competição em que se carregam troncos de árvores – e a perfuração das orelhas dos jovens. A narrativa é pontuada por explicações a respeito da cerimônia de iniciação. Outro dos muitos vídeos produzidos com apoio do Vídeo nas Aldeias é *Bicicletas de Nhanderu* (2011), com direção de Patrícia Ferreira Keretxu e Ariel

Duarte Ortega, que mergulha no cotidiano dos Mbya-Guarani do Rio Grande do Sul.

A patrimonialização estatal é uma segunda alternativa. Em 2001, o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial do IPHAN instituiu a identificação e salvaguarda de bens culturais de natureza processual e dinâmica, incluindo os saberes e práticas indígenas. O primeiro patrimônio imaterial registrado foi a arte gráfica Kusiwa, dos índios Wajápi, em 2002. A antropóloga Dominique Gallois (2012), que participou do processo, nota, a esse respeito, duas tendências opostas: os Wajápi mais jovens querem continuar divulgando imagens e objetos de seu povo, como forma de conquistar visibilidade, enquanto os mais velhos prefeririam ter mais controle sobre quem usará seus bens culturais e como. Outros bens indígenas registrados no IPHAN são o “modo de fazer” bonecas do povo Karajá e a Cachoeira de Iauaretê, local sagrado para os Tukano, Desana, Pira-Tapuia, Wanano e Tuyuka – que consideram a corredeira um ponto de parada da cobra-canoa que trouxe seus ancestrais.

Empreitadas editoriais também vêm florescendo. No romance *O Karatiba. Uma história do pré-Brasil* (2010), Daniel Munduruku – autor de mais de 50 títulos – relata como viviam os povos indígenas antes da invasão portuguesa. No campo da não-ficção, *Una Isi Kayawa — Livro da cura*, selecionado pelo edital *Rumos*, registrou espécies vegetais com suas respectivas aplicações medicinais pelos Huni Kuin (MURU; QUINET, 2014). O livro é bilíngue e foi transcrito a partir de explicações orais. A obra foi impressa em papel com plástico PET, que resiste à umidade da floresta.

Quanto aos museus indígenas, o Maguta, do povo Ticuna, é o mais antigo. Criado em 1990, no Amazonas, reúne máscaras, colares, cestos, redes, fotos históricas, mapas de áreas indígenas e desenhos de mitos, acompanhados por explicações escritas. Por fortalecer a identidade Ticuna, o museu incomodou madeireiros, políticos e latifundiários, que lhe fizeram ameaças já no dia da inauguração. O Maguta sedia formações para professores indígenas e abriga a única biblioteca

da região (OLIVEIRA FILHO, 2012). O Museu dos Povos Indígenas do Oiapoque – Kuahí, por sua vez, foi concebido pelos povos Karipuna, Palikur, Galibi-Marworno e Galibi-Kaliná, com assessoria da antropóloga Lux Vidal, para funcionar como centro de memória, pesquisa e documentação. Desde 2004, pretende não apenas preservar o patrimônio material e imaterial, como também incentivar novas formas de expressão (VIDAL, 2013).

Hoje, muitas aldeias contam com escolas bilingües e professores indígenas. O modelo de sala de aula e boa parte das disciplinas devem estar de acordo com diretrizes do MEC, o que pode parecer uma forma de colonização do pensamento. Clarice Cohn, que trabalha com educação escolar indígena há muitos anos, afirma que grande parte dos índios acredita que a alfabetização é de suma importância, bem como o aprendizado da matemática e da geografia. «Precisam aprender a ler documentos, mapas e contabilidades para melhor se situar e defender na sociedade nacional» (COHN, 2005, p. 488). Cohn escutou de um índio Gavião que a luta indígena agora se dá no papel. “É necessário aprender nosso modo de contar a história, para melhor debater seu papel nela e na sociedade contemporânea; e é necessário ter uma educação fundamental e média de qualidade, para poder formar seus próprios advogados, pedagogos, antropólogos” (COHN, 2005, p. 488).

Obras de arte também se tornam peças importantes no tabuleiro em que se disputa a legitimidade dos saberes e formas expressivas ameríndios. A seguir apresento o caso de uma exposição recente em que a produção artística indígena esteve aliada ao registro da memória.

“Una Shubu Hiwea”: uma exposição Huni Kuin na Avenida Paulista

“Una Shubu Hiwea” esteve em cartaz, em plena Avenida Paulista, no período em que este texto foi elaborado: de dezembro a fevereiro de 2018. Reuniu objetos artesanais, gravações em áudio e vídeo, desenhos com giz, caneta esferográfica e lápis sobre papel, pinturas

sobre parede e sobre tecido, fotografias, além de cenografia (plotagens de rios no chão, redes de descanso penduradas, miniatura de aldeia etc.). Ocupando dois andares do Itaú Cultural, foi idealizada pelo pajé Dua Busë, com outros representantes |Huni Kuin, em colaboração com a editora Anna Dantes e o artista Ernesto Neto. Experiências editoriais prévias haviam aproximado Dantes dos Huni Kuin. Da mesma forma, colaborações artísticas e rituais anteriores haviam proporcionado a convivência de Neto com alguns Huni Kuin, no Instituto Tomie Ohtake, no Guggenheim de Bilbao e em uma galeria de Viena (GOLDSTEIN; LABATE, 2017).

Falantes de uma língua pano, e distribuídos entre o Acre e o Peru, os Huni Kuin somam cerca de 11.500 pessoas. Os Huni Kuin já foram também conhecidos como Kaxinawá. A autodesignação que preferem atualmente significa “gente de verdade”. Esse processo de mudança de nome não é exclusivo dos Huni Kuin. Os Suyá, por exemplo, agora se autointitulam Ksêdjê, da mesma forma que os Kayapó rejeitam o antigo nome, com conotação pejorativa, preferindo ser chamados de Mbengokre. Eis um pequeno sinal de que estes povos procuram reinventar suas identidades, a partir de sua própria perspectiva.

A exposição “Una Shubu Hiwea” nasceu junto com o livro de mesmo nome, que recebeu apoio do edital Rumos Itaú Cultural 2013-2014. Ambos são frutos do trabalho de centenas de pessoas. O pajé Dua Busë tem incentivado a criação de parques de plantas medicinais nas aldeias, e realizado workshops para compartilhar conhecimentos sobre seu cultivo. Com a verba do edital, uma escola foi construída e cadernos foram distribuídos em 35 aldeias, para as pessoas fazerem anotações sobre tratamentos, desenharem a fauna e a flora etc. Páginas dos cadernos, com contornos de plantas, animais e seres míticos, ladeados por palavras que funcionavam como legendas, ocupavam o centro de uma das salas do Itaú Cultural. O resultado era singelo, delicado e poderoso ao mesmo tempo.

Na mesma sala dos cadernos, havia um grande mural pintado a várias mãos que representava a transformação de antigos pajés



Figura 1: Pajé faz anotações em seu caderno de pesquisa.
Fotografia exposta em “Una Shubu Hiwea”. Itaú Cultural, janeiro de 2018.
Fonte: Própria autora.



Figura 2: Mural retratando a transformação de pajés em plantas de cura. Vários autores.
Exposição “Una Shubu Hiwea”. Itaú Cultural, janeiro de 2018.
Fonte: Christian Strube.

em plantas medicinais. Existem cerca de 80 espécies com propriedade de cura, consideradas parentes dos Huni Kuin. Na pintura, apareciam como seres metade humanos, metade vegetais.

A preocupação com o registro e a difusão da memória coletiva transparece no fato de que os visitantes recebem um livreto em que



Figura 3: Basne Puru Yuxibu: História da aranha encantada. Pintura de Jassani Salles Ixá, da aldeia Mae Bena. Itaú Cultural, janeiro de 2018.
Fonte: Própria autora.

treze telas expostas em um outro andar, narrando treze mitos fundamentais, são reproduzidas e explicadas em textos. Nas paredes, ao lado das pinturas, havia fones de ouvido com músicas gravadas nas aldeias, relativas aos temas figurados em cada tela. O esforço em ser didáticos era tão grande que algumas das pinturas da sala dos treze mitos receberam números, lembrando um mapa turístico, para que os fatos e personagens pudessem ser identificados corretamente. A próxima imagem mostra um caso desses. Trata-se da narrativa da aranha encantada. A cena número 1 mostra uma mulher nua que não sabe tecer. A cena 2 é uma senhora-aranha que tem fios em suas axilas e é uma mestre da tecelagem. Na cena 3 a mulher está aprendendo a tecer, com um tear. A cada nova cena numerada algo acontece e algum ensinamento é transmitido, como o plantio da semente de algodão. Esse sistema de numeração e essa construção da tela como se fosse uma história em quadrinhos é relativamente corrente na exposição.

Convém ressaltar que, para os Huni Kuin, o uso da figuração e do naturalismo na pintura é uma relativa inovação. A pintura tradicional dos Huni Kuin costuma ser geométrica ou abstrata, repetindo

padrões seriados, como se vê na fachada do Itaú Cultural, especialmente decorada para o evento.

O interessante é que os grafismos tradicionais *kene* não desapareceram com a introdução da figuração. Alguns personagens, nas pinturas figurativas, estão cobertos por esses desenhos geométricos, como se vê nas Figuras 2, 3 e 5. O grafismo é usado ainda como uma espécie de moldura em volta das pinturas figurativas, como na Figura 3. Continua cobrindo os tecidos e a pele das pessoas. Enfim, as artes figurativas parecem vir apenas complementá-lo.

A incorporação de novas linguagens e modos de registro era patente ao longo da mostra. Vários vídeos eram exibidos: depoimentos de quatro pajés, seis filmes produzidos por diretores Huni Kuin, além de uma instalação com tomadas aéreas mostrando aldeias e florestas circundantes. A escrita era igualmente valorizada. O falecido pajé Agostinho Muru, que organizou, pioneiramente, *O livro da cura*, tem o seguinte depoimento transcrito no livreto distribuído na exposição: “acho que agora abriu uma porta. [...] Agora vamos deixar o documento para o nosso povo. A história dos brancos tem o livro desde o princípio da criação, dos planetas e da vida. A nossa temos só nas histórias



Figura 4: Fachada do Itaú Cultural.
Fonte: Site do Itaú Cultural.

que contamos” (CENTRO DE MEMÓRIA, DOCUMENTAÇÃO E REFERÊNCIA, 2017, p. 9).

Nessa mescla entre apropriação de tecnologias não-indígenas e valorização de repertórios tradicionais Huni Kuin, a figura da jiboia merece algumas linhas. Aparece em muitas das pinturas e desenhos, enrolada sobre si mesma, com o corpo estendido ou representada por grafismos. Estava plotada no chão de um dos pavimentos do Itaú Cultural. Sobre ela, ficavam 35 bancos, um para cada aldeia envolvida no projeto. A jiboia alude à ayahuasca, bebida psicoativa cujo consumo é frequente entre os Huni Kuin, em rituais que podem durar uma noite inteira. Barbara Keifenheim (2004) enfatiza a ligação entre o consumo de ayahuasca e a visualização/produção de imagens (KEIFEINHEIM, 2004, pp. 98-99). Já Els Lagrou ressalta que os grafismos *kene* são intimamente associados à jiboia e permitem a “ligação com o mundo dos seres invisíveis” (LAGROU, 2009, p. 88).

A onipresença da jiboia extrapola o Itaú Cultural. Na intervenção que o Mahku, um outro coletivo de artistas huni kuin, realizou no MAM-SP, em 2017, uma jiboia estruturava o mural que se estendia pelo corredor do museu. Na Figura 5, observa-se a jiboia enrolada no centro do mural e fazendo as vezes de moldura inferior. O trabalho que o Mahku desenvolveu para a exposição “Feito por Brasileiros”, em 2014, no antigo Hospital Matarazzo, em São Paulo, – atualmente em reforma para se transformar num complexo hoteleiro e comercial –, também tinha a serpente como protagonista, cobrindo as paredes da sala. Um detalhe interessante é que, ali, os artistas assinaram seus nomes, bem como o nome do coletivo. A Figura 6 traz, no canto inferior esquerdo, essas assinaturas. Como se nota, ainda que os grafismos e conhecimentos tradicionais sejam de domínio coletivo, gradualmente, os artistas indígenas, em contato com o sistema das artes ocidental, passam a conceber autorias individuais.



Figura 5: Mural do coletivo Mahku no MAM-SP. Projeto Parede, paralelo à exposição Panorama da Arte Brasileira. Outubro de 2017. Fonte: Própria autora.

Na mostra *Una Shubu Hiwea*, uma das pinturas mais impactantes, reproduzida na Figura 7, mostrava um jacaré gigante no centro da tela.

Essa foi a história que um dos pintores huni huin me contou, numa roda de conversa aberta ao público: os índios ouvem falar que os brancos estão esbanjando produtos industrializados, painéis de ferro e miçangas na outra margem do grande lago. Mas a travessia só será possível se o jacaré servir como ponte. Sua condição é que os Huni



Figuras 6A e 6B: Pintura assinada pelo coletivo Mahku em paredes do Hospital Matarazzo.
Fonte: Christian Strube.



Figura 7: Kape Tawá Pukeni: História do Jacaré. Pintura de Sebastião Mana, aldeia Boa Vista. Exposição “Una Shubu Hiwea”. Itau Cultural, dezembro de 2018.
Fonte: Christian Strube.

Kuin cacem para alimentá-lo, só não podem lhe servir filhote de jacaré. O acordo é selado. As pessoas começam a travessia caminhando sobre o dorso do animal. Um dos homens, distraído, traz um jacarezinho para o jacaré gigante. Quando ele sente o gosto em sua boca, submerge,

ofendido e raivoso, separando famílias – marido de um lado, esposa do outro – e fazendo com que algumas pessoas caiam na água, sendo devoradas por piranhas.

Na História do Jacaré, a atração por produtos industrializados gera desgraça para alguns indígenas. Talvez seja uma metáfora para o êxodo dos jovens das aldeias para as cidades. As causas da tragédia estão no descumprimento de um acordo justo firmado com uma outra espécie; na negligência de uma pessoa, alheia ao bem da coletividade; e na pressa de atravessar o lago, que impediu a elaboração de uma estratégia mais sólida e duradoura, como a construção de uma verdadeira ponte. A pintura e o mito talvez traduzam desejos, medos e ambiguidades dos Huni Kuin em relação ao mundo dos brancos.

De acordo com o site do Itaú Cultural, os Huni Kuin desejam “preservar suas tradições e transmiti-las não só às próximas gerações, mas também aos não indígenas, de modo a retomar o passado e construir o Novo Tempo” (ITAÚ CULTURAL, 2018, não paginado). A reconstrução do passado numa narrativa linear se fez presente na exposição lançando mão de um suporte emblemático: uma linha do tempo foi desenhada com giz branco sobre um quadro-negro, remetendo simultaneamente à escola, à aprendizagem, e à possibilidade de apagar e corrigir. A instalação se chamava “Cinco Tempos”, quais sejam: o Tempo das Malocas, em que viviam nus e não conheciam os brancos; o Tempo da Correria, quando foram atacados subitamente por armas de fogo e sofreram grande redução demográfica; o Tempo do Cativo, em que se tornaram escravos dos seringalistas, caso de muitos dos velhos que ainda vivem hoje; o Tempo dos Direitos, que começa na década de 1970, com a demarcação de territórios; e o Novo Tempo, em que o desafio é continuar a transmissão de saberes dos velhos para os jovens, sem deixar de se inserir no século XXI.

A representação do Tempo do Cativo reproduzida na Figura 8, a seguir, reúne os seguintes elementos: o patrão, que parece um gigante diante dos pequenos trabalhadores, sentado e tomando notas em seu caderninho; uma balança, em frente ao patrão, com rolos de boracha



Figura 8: Tempo da Correria e Tempo do Cativoiro. Autoria coletiva
Itaú Cultural. Janeiro de 2018.
Fonte: Christian Strube.

sendo pesados; a loja, logo acima da cabeça do patrão, em que provavelmente os seringueiros se endividavam; homens pequenos espalhados trabalhando no defumador, no transporte de rolos de borracha a pé, na travessia da balsa e na extração de látex junto às seringueiras; a casa do seringueiro aparece ao lado da palavra “colocação”, área do seringal onde a borracha é produzida; e uma outra construção, intitulada “barracão”, retrata a sede administrativa e comercial do seringal.

O próximo momento na narrativa (histórica?) Huni Kuin é mais positivo, sinalizando um maior protagonismo. No canto esquerdo da Figura 9, relativa ao Tempo dos Direitos, vemos um professor em uma sala de aula, ensinando o alfabeto para uma aluna sentada de costas. O professor está com um giz enorme na mão, escrevendo na lousa, numa possível alusão ao próprio gesto dos artistas que construíram aquela parede no Itaú Cultural. O professor usa tênis, calça jeans, cocar e pintura facial, conjugando tradição e contemporaneidade. No centro da figura, está um provável radialista, comunicando a conquista de uma terra indígena. Ele usa um microfone e um amplificador. Abaixo do radialista está um jovem indígena entrevistando alguém aparentemente mais velho para uma pesquisa. Entre eles, vê-se um livro. Se no Tempo do Cativoiro as bocas das pessoas estavam fechadas, no Tempo dos



Figura 9: Tempo dos Direitos. Autoria coletiva
Itaú Cultural. Janeiro de 2018.
Fonte: Christian Strube.

Direitos a boca do radialista e a boca do entrevistado estão bem abertas. Eles ganharam voz, querem se fazer ouvir. No canto direito do Tempo dos Direitos, um pajé veste roupas tradicionais cobertas do grafismo *Kene* e, a seus pés, está um frasco de ayahuasca – *nixi pae*. O *Kene*, inclusive, emoldura toda a linha do tempo, em tons de preto e amarelo. A tradição e a memória persistem, ainda que de novos modos e em novos contextos.

Não por acaso, “Una Shubu Hiwea” significa, em português, “Livro Escola Viva”. A presença das palavras “livro” e “escola” no título da exposição revela, em primeiro lugar, que a mostra de artes visuais integrava um projeto mais amplo de registro e difusão de conhecimentos – que compreendeu, como já mencionado, uma publicação e a construção de uma escola. Em segundo lugar, sugere que a escrita, o desenho figurativo e a fotografia (elementos que compõem o livro e são fundamentais na escola) se tornaram fundamentais para os Huni Kuin.

A terceira palavra do título, “viva”, é polissêmica. Poderia se tratar do imperativo do verbo viver, indicando uma ordem para que os conhecimentos tradicionais sejam revitalizados e apropriados pelas pessoas. A rigor, para assumir esse sentido, precisaria haver uma vírgula:

“livro, viva”. Poderia ainda expressar uma louvação, se bem que isso demandaria um ponto de exclamação: “Viva!”. Creio, porém, que se trate de um terceiro uso da palavra, em que viva funciona como adjetivo. O correto, nesse caso seria o plural “vivos”, para abranger o livro e a escola. Mas o que seria das artes sem a licença poética? Enfim, se tomamos “viva” como uma qualidade fundamental da escola e do livro/da escrita, somos levados de volta ao início desse texto.

Tudo leva a crer que os Huni Kuin não desejam que seus livros remetam a um passado sem eco no presente, nem que contenham ensinamentos hoje desacreditados. Não querem tampouco que sua escola ensine versões imutáveis e distantes dos acontecimentos. Um livro e uma escola realmente vivos produzem, ensinam e armazenam imagens e informações de modo dinâmico, compartilhado, participativo, atualizável – e belo. Talvez os Huni Kuin estejam inscrevendo sua memória na história. Talvez estejam embaralhando as fronteiras entre memória, história, ciência e arte.

De todo modo, essa e outras iniciativas que não seria possível abarcar aqui – como a criação de *videogames*, *sites* na internet e grupos musicais²¹ – merecem ser melhor mapeadas e analisadas, pois revelam criatividade, resiliência e o surgimento de novos processos e produtos culturais.

²¹ Para conhecer mais iniciativas no campo da educação, da cultura e da museologia voltadas ao registro e à transmissão de saberes e formas expressivas indígenas em situações de contato, consultar Coelho de Souza e Coffaci de Lima (2010); Cunha e Cesarino (2014); Macedo (2012) e Bessa Freire (2008).

PARTE II SIMBÓLICO E MERCADOS

CAPÍTULO 6

O MERCADO DE MICROAPARTAMENTOS NO CENTRO DE SÃO PAULO: INTERSECÇÕES ENTRE ECONOMIA E CULTURA NA CIDADÊ GLOBAL¹

Miqueli Michetti

A cidade é uma preocupação fundante das Ciências Sociais. Ela é ora o pano de fundo, ora o cerne de preocupações sobre a perda da “comunidade”, a “multidão”, a “anomia”, “a situação da classe trabalhadora”, a substituição da “experiência pela vivência”, a “vida mental”, sendo considerada inclusive como um “laboratório privilegiado” para se estudar processos sociais. Enquanto Weber (1969) destaca o caráter econômico e político em sua definição de cidade, Simmel (1969) se ocupa centralmente da cultura ou do “espírito” ao analisar a metrópole. Nela, economia e cultura se entremeiam. É possível enxergá-la como uma realidade econômica que tem um componente cultural inextricável ou como uma realidade cultural atravessada por dinâmicas econômicas. Ao menos no que tange a esse objeto, a separação das esferas é antes analítica do que real.

Por isso, é consequente a proposta de Saskia Sassen que consiste em “reenquadrar o terreno da economia, incorporando como uma parte integral a descontinuidade entre o que é representado enquanto economia e o que é representando enquanto cultural no sentido amplo do termo – o “centro” como economia e o “outro”

¹ A autora agradece às várias contribuições a esse trabalho recebidas na ocasião do Painel “Simbólico e Mercadoria: uma oposição?” do “I Encontro Brasileiro de Pesquisadores(as) em Arte e Cultura nas Ciências Sociais”, realizado na Universidade de Brasília em setembro de 2017, em especial às questões colocadas por Edson Farias e Elder P. Maia. Agradecimentos também à Sílvia Viana e Sabrina Duran pelas muitas trocas e aprendizados durante as edições da disciplina “Cidade em Disputa”, que lecionamos juntas na EAESP-FGV entre 2015 e 2017, a cujos alunos e alunas devo também muitas das indagações que gestaram a pesquisa que deu origem a esse texto.

como cultura”² (2000, p.211), ou ainda, de “reler a economia da cidade de modo a cobrir suas dimensões organizacionais, espaciais e culturais que têm sido perdidas na representação dominante de economia”³ (2000a, p. 211, grifo da autora).

A cidade se constitui como uma economia simbólica, na qual valorização simbólica e valorização econômica se atravessam, lembrando, com Bourdieu (2000), que a própria economia se funda sobre estruturas sociais e simbólicas. Como bem coloca Zukin:

Building a city depends on how people combine the traditional economic factors of land, labor, and capital. But it also depends on how they manipulate symbolic languages of exclusion and entitlement. The look and feel of cities reflect decisions about what – and who – should be visible and what should not, on concepts of order and disorder, and on uses of aesthetic power. In this primal sense, the city has always had a symbolic economy. (ZUKIN, 1995, p.7).

O mercado de moradias dá a ver heurísticamente como dinâmicas culturais, sociais, políticas e econômicas se atravessam na cidade. Para Bourdieu (2008), tal mercado, como, em diferentes graus, todo mercado, seria produto de uma “dupla construção social”. Enquanto a demanda seria definida em relação com um estado particular da oferta, esta seria estabelecida mediante condições políticas, econômicas e jurídicas específicas. Ademais, o componente simbólico seria especialmente forte e os investimentos seriam ao mesmo tempo econômicos e afetivos no mercado de moradias. Além de ser, em boa medida, configurado pela ação do Estado, nele operaria um “sistema de classificação” que organizaria as posições no espaço social. Como “Não há espaço, em uma sociedade hierarquizada, que não seja hierarquizado e que não exprima as hierarquias e as distâncias sociais”

² Tradução livre da autora. Trecho original em inglês: “[...] reframes the terrain of the economy, incorporating as an integral part the discontinuity between what is represented as economic and what is represented as cultural in the broad sense of the term - the “center” as economy and the “other” as culture” (2000, p.211).

³ Tradução livre da autora. Trecho original em inglês: “[...] reread the city’s economy in a way that recovers organizational, spatial, and cultural dimensions that are now lost in the dominant representation of that economy” (2000a, p. 211).

(BOURDIEU, 2008, p.160), espaço geográfico e espaço social se relacionam intimamente nesse mercado.

Diante disso, nas linhas a seguir nos dedicaremos a analisar o fenômeno dos microapartamentos na região central da cidade de São Paulo, de forma a inseri-lo em um contexto de transformações simbólicas e econômicas globais. Apresentaremos os condicionantes sociais do processo e os artífices do discurso de ressignificação dos espaços “compactos”, buscando compreender o *ethos* dos atores que aí habitam, mas também as afinidades entre as formas de morar e outras práticas culturais, atividades econômicas e a organização política da cidade. Trata-se de uma tentativa de conjugar Sociologia da Cultura, Sociologia Econômica e Sociologia Urbana para se pensar algumas relações atuais entre espaço geográfico, espaço simbólico e espaço social.

Os condicionantes do fenômeno dos microapartamentos

Entre 2008 e 2011, a valorização de imóveis no Brasil foi de mais de 20% ao ano e, embora as taxas tenham crescido em ritmo decrescente nos anos seguintes, entre 2009 e 2013, assistiu-se no país a maior alta dos preços de imóveis do planeta⁴. A crise econômica das economias centrais e a situação do Brasil à época, sede da Copa do Mundo de 2014 e dos Jogos Olímpicos de 2016, explicam esses números. Passado o *boom*, os preços não voltam ao que eram e, com diminuição do crédito imobiliário⁵, os recursos disponíveis para a compra de imóveis passam a declinar⁶. Nessa conjuntura, se em 2005

⁴ Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,valorizacao-de-imovel-no-brasil-foi-a-maior-do-mundo-nos-ultimos-5-anos,175663e>>. Acesso em: 03 fev. 2018.

⁵ A diminuição do crédito pode ser percebida em matérias como <https://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/caixa-reduz-teto-de-financiamento-para-imoveis-usados-para-50.ghtml>.

⁶ O preço médio do apto de 1 dormitório é proporcionalmente 51% mais caro que o de 2 dormitórios. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/seu-dinheiro/exame-com-visita-microapartamentos-e-mostra-a-vida-em-18m2/>>. Acesso em: 28 jan. 2018.

os chamados “apartamentos compactos”, com plantas entre 10m² e 45m², correspondiam a menos de 3% dos lançamentos imobiliários em São Paulo⁷, eles serão 8% em 2013, 17% em 2015, e 42,6% dos imóveis novos da capital paulista em 2017⁸.

O fenômeno se concentra na região central da capital, lembrando que tanto a noção de “centro” quanto a de “capital” são relacionais (BOURDIEU, 2008). As principais empresas nesse mercado são as incorporadoras Vitacon, Setin e TPA Empreendimentos. Além das grandes incorporadoras, empresas menores também constroem “unidades de tamanho reduzido”, anteriormente nomeadas de “quitinetes” e atualmente chamadas também de “estúdios” ou, mais frequentemente, de “studios”.

Quanto à participação do Estado na construção social do mercado de moradias, Bourdieu (2000, p.30) sublinha que ele influi tanto na demanda, por meio da atribuição de recursos e da “produção de disposições e preferências individuais”, quanto na oferta, por meio de políticas de crédito e incentivo. Para ele,

As escolhas econômicas em moradias – como comprar ou alugar, comprar novas ou antigas, uma casa [...] tradicional ou uma casa industrial - dependem, por um lado, da economia (socialmente constituída) agentes, em particular de seus gostos e dos meios econômicos que eles podem colocar a seu serviço e, em segundo lugar, do estado do fornecimento de habitações. Mas os dois termos da relação canônica, que a teoria econômica neoclássica trata como dados incondicionais, dependem, por sua vez, de maneira mais ou menos direta, de toda uma gama de condições econômicas e sociais produzidas pela “política habitacional”. “De fato, especialmente através de todas as formas de regulamentação e assistência financeira para promover maneiras de alcançar os gostos da habitação, assistência a construtores ou indivíduos, como empréstimos, isenções, créditos de forma barata, etc., o Estado – e aqueles que são capazes de impor suas opiniões por meio dele – dá

⁷ Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2015/10/17/apartamento-de-14m-do-tamanho-de-uma-van-custa-r-89-mil-em-sp.htm>>. Acesso em: 03 fev. 2018.

⁸ Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/apartamentos-compactos-sao-quase-metade-dos-lancamentos-de-sp-entenda-a-tendencia.ghtml>>. Acesso em: 03 fev. 2018.

uma contribuição muito importante para produzir o estado do mercado imobiliário, em particular direcionando direta ou indiretamente investimentos financeiros – e também afetiva - diferentes categorias sociais na habitação. (BOURDIEU, 2000, p.29 – tradução da autora).⁹

No caso específico da metrópole paulista, um bom exemplo recente que tem implicações no fenômeno dos “microapartamentos” são os incentivos públicos aos investimentos privados nos chamados “Eixos de estruturação” definidos pelo o Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo (Lei nº 16.050, de 31/07/2014). O projeto prevê, entre outras coisas, a “Criação de estímulo a edifícios que combinem usos residenciais e não residenciais no mesmo local, promovendo a diversidade de atividades urbanas e a multiplicação da oferta de emprego e moradia”. Oferece-se como incentivo o fato de que “Usos não residenciais, como comércio, serviços e equipamentos, em edifício de uso misto não serão considerados área construída quando ocuparem até 20% do total construído”. Além disso, ele ambiciona “Mais pessoas morando próximas ao transporte público” por meio da:

Implementação do instrumento Cota Parte Máxima de Terreno por Unidade que propicia a possibilidade de que mais pessoas morem nas proximidades de estações de metrô e corredores de ônibus, promovendo a indução de aumento oferta de unidades habitacionais”. Esse instrumento vale para os lotes inseridos nas áreas de influência dos eixos de transporte público coletivo, e determina o número mínimo de unidades habitacionais que deverão ser construídas em edifícios que

⁹ Les choix économiques en matière d’habitat – tels que acheter ou louer, acheter de l’ancien ou du neuf, [...] une maison traditionnelle ou une maison industrielle – dépendent, d’une part, des dispositions économiques (socialement constituées) des agents, en particulier de leurs goûts, et des moyens économiques qu’ils peuvent mettre à leur service, et, d’autre part, de l’état de l’offre d’habitations. Mais les deux termes de la relation canonique, que la théorie économique néo-classique traite comme des donnés inconditionnés, dépendent à leur tour, de manière plus ou moins directe, de tout un ensemble de conditions économiques et sociales produites par la «politique du logement». En effet, au travers notamment de toutes les formes de réglementation et d’aide financière destinées à favoriser telle ou telle des manières de réaliser les goûts en matière de logement, aides aux constructeurs ou aux particuliers, comme les prêts, les exonérations, les crédits à bon marché, etc., l’État – et ceux qui sont en mesure d’imposer leurs vues à travers lui – contribue très fortement à produire l’état du marché de logements, cela notamment en orientant directement ou indirectement les investissements financiers – et aussi affectifs – des différentes catégories sociales en matière de logement (BOURDIEU, 2000, p.29).

possuem uso residencial. O instrumento não limita o tamanho das unidades habitacionais, mas permite que unidades maiores se mesquem à [sic] unidades menores nas edificações, favorecendo a diversificação de tipologias em um mesmo edifício¹⁰. [SÃO PAULO, 2014].

Os objetivos declarados da iniciativa são: “Espaços Públicos Humanizados”, “Transformação urbana articulada à mobilidade”, “Adensamento construtivo e habitacional” e, de forma mais geral, a “Transformação urbana”, no sentido de que “a cidade se reestruturou ao longo de seus eixos de mobilidade urbana, qualificando as centralidades existentes e estimulando a criação de novas centralidades¹¹. É, portanto, em uma conjuntura “qualificação” de parte da região central e de incentivos públicos a novas formas de ocupação do espaço que tem lugar o fenômeno que analisamos.

Transformações simbólicas e artífices do discurso dos “apartamentos compactos”

O “público-alvo” dos “microapartamentos” seriam “estudantes, jovens adultos, divorciados e idosos, que preferem viver perto do trabalho e de serviços. Esses imóveis também atraem moradores de outras cidades que ficam na capital só em dias úteis”¹². Para Benjamin Rosenthal e Eduarda Gambagorte (2016), os ocupantes são geralmente “jovens de classe média-alta e alta, especialmente universitários e jovens profissionais”.

No entanto, em princípio, o *habitus* de classe desses jovens naturalizaria a valorização de espaços amplos, de modo que seu interesse em “apartamentos compactos” será mediado por uma ressignificação do espaço exíguo. Para entendê-la, é preciso recorrer a um conjunto de valores ligados à mobilidade, à globalidade e à diversidade, que conformarão novas formas de capital simbólico em jogo na

¹⁰ Disponível em: <<http://gestaourbana.prefeitura.sp.gov.br/estruturacao-territorial/eixos-de-transformacao/objetivos/>>. Acesso em: 07 fev. 2018.

¹¹ Idem à nota anterior.

¹² Disponível em <<https://exame.abril.com.br/seu-dinheiro/em-sao-paulo-cresce-oferta-de-apartamentos-com-menos-de-30-m%C2%B2/>>. Acesso em 03 fev. 2018.

valorização simbólica e econômica das regiões centrais das cidades globais em geral e dos microapartamentos aí localizados em particular. Essa transformação tem condicionantes materiais e simbólicos, bem como artifícios determinados.

David Ley (1994) ressalta o papel do que chama “gentrifying middle class”, formada por um “cadre of social and cultural professionals, the cultural new class”, na transformação dos centros de grandes cidades no final do século XX, processo que ficou conhecido como “gentrificação”. Para o autor, essa nova classe, ligada na América do Norte a transformações econômicas, ocupacionais e espaciais derivadas do fim do fordismo, teria uma “identidade que está longe de ser incidental; como outros grupos sociais, a relação entre lugar e identidade é mutuamente reforçada”¹³ (LEY, 1994, p.53). Sobre essa mesma conjuntura, analisada também por Scott (2008), Sharon Zukin aponta, especificamente sobre a categoria dos artistas, que:

Os próprios artistas se tornaram meios culturais de significar o espaço. Eles confirmam o clamor da cidade por hegemonia cultural continuada, em contraste com os subúrbios e ‘exurbios’. A sua presença – em estúdios, lofts e galerias – coloca um bairro na rota da gentrificação (ZUKIN, 1989). Ironicamente, isso tem acontecido desde que os artistas se tornaram defensores conscientes de seus próprios interesses como artistas e mais envolvidos em organizações políticas¹⁴. (ZUKIN, 1995, p. 23).

As análises dos autores não são imediatamente válidas para se pensar outras realidades concretas. No entanto, como a região central da metrópole paulista tem passado recentemente por processos de “requalificação”, “revitalização e “reinvestimento”, demonstrando a presença do perfil descrito por Ley e Zukin (OLIVEIRA, 2016),

¹³ Tradução livre da autora. Trecho em inglês: “Identity which is far from incidental; like other social groups the relationship between place and identity is mutually reinforcing” (LEY, 1994, p. 53).

¹⁴ Tradução livre da autora. Trecho em inglês: “Artists themselves have become a cultural means of framing space. They confirm the city’s claim of continued cultural hegemony, in contrast to the suburbs and exurbs. Their presence – in studios, lofts, and galleries – puts a neighborhood on the road to gentrification (ZUKIN, 1989 [1982]; DEUTSCHE, 1988). Ironically, this has happened since artists have become more self-conscious defenders of their own interests as artists and more involved in political organizations. (1995, p.23).

é plausível considerar o lugar ocupado por profissionais ligados à cultura na valorização simbólica da região. Por concentrarem capital cultural, esse tipo de agente concorre para a valorização simbólica das regiões que habita, sendo vetor de uma positividade da cidade como valor, que passa pelo elogio à mobilidade, à diversidade e à globalidade.

Esse processo, contudo, não é isento de contradições. Como o montante de capital cultural desses agentes raramente corresponde ao seu montante de capital econômico e, como as regiões que ocupam tendem a se valorizar simbólica e economicamente, sua presença nelas pode ser um veículo de sua subsequente expulsão. Inclusive, a construção da identidade desse tipo de agente costuma passar pela crítica ao “mercado” (MICHETTI, 2017b), o que reforça sua enunciação de que a valorização cultural teria efeitos econômicos indesejados por eles. Como coloca quase anedoticamente Zukin:

[...] um grupo que pode pagar alugueis caros também pode ter certeza de que seus apelos vencerão: artistas substituem manufaturas por seus lofts homeoffice, e então são substituídos por advogados e profissionais da mídia que compram esses lofts como condomínios de luxo; uma loja gourmet ou um café bar substituem um caixa eletrônico ou um restaurante delivery, que por sua vez são substituídos por uma franquia que paga milhares de dólares por cada mês de locação. Mas esse poder sobre o espaço não é apenas financeiro. Ainda mais importante, é um poder cultural. Novos gostos substituem aqueles de moradores antigos porque reforçam as imagens evocadas na retórica de crescimento dos políticos, fazendo da cidade uma zona de entretenimento 24 horas por dia com espaços limpos e seguros e bairros modernos¹⁵. (ZUKIN, 2010, p. 4).

Ou, como estatuído em conversa da autora com um artista em que havia mudado seu ateliê da Zona Oeste para a região do Elevado

¹⁵ Tradução livre da autora. Trecho em inglês: “[...] a group that can afford to pay higher rents can also be reasonably sure their claim will win: artists displace manufacturers in livework lofts, and are displaced in turn by lawyers and media moguls who buy these lofts as luxury condos; a gourmet cheese store or quirky coffee bar replaces a check-cashing service or take-out food shop, and is in turn displaced by a chain store that pays many thousands of dollars each month for the location. But this power over space is not just financial. Even more important, it’s cultural power. New tastes displace those of longtime residents because they reinforce the images in politicians’ rhetoric of growth, making the city a 24/7 entertainment zone with safe, clean, predictable space and modern, upscale neighborhoods (ZUKIN, 2010, p.4).

João Goulart (Minhocão) em 2016: “Cara, parece que onde eu vou a Vila Madalena vem atrás de mim!”¹⁶. Diante disso, denominamos como *involuntários* esses artífices da valorização dos centros das cidades globais.

Já as empresas incorporadoras de novos imóveis são artífices voluntários do discurso de ressignificação positiva das regiões centrais da metrópole paulista, pois buscam oferecer a cidade como um benefício para quem compra os apartamentos bem localizados em termos de oferta de serviços e mobilidade. Além da cidade como valor de maneira mais geral, tais agentes buscam construir novas significações para espaços exíguos. Tanto é assim que a incorporadora Vitacon lançou uma campanha para promover um novo empreendimento que oferecia “O menor apartamento da América Latina” em uma “região completa e diversificada”¹⁷. E, entretanto, como contraponto aos 10m² da planta dos menores “studios” do edifício localizado na Vila Buarque¹⁸, a metros do Minhocão, mas batizado de “Novo Higienópolis”, o bairro é oferecido assim pela peça publicitária: “Higienópolis: Avenidas largas, casarões antigos, edifícios ícones de SP em ruas arborizadas. Assim é Higienópolis”. O mapa de localização é parte da campanha de vendas, seguido de “Olha só o que tem por perto”, com opções “pra comer”, “pra divertir”, “pra conhecer” e “pra facilitar”. Esta última traz o logotipo do metrô de São Paulo, com a descrição dos “minutos a pé” para alcançá-lo. Há ainda no *website* da empresa o dispositivo “Calcule seus trajetos diários e compare”, em que se pode calcular o tempo dos deslocamentos. Na sequência são

¹⁶ A Vila Madalena é um bairro da Zona Oeste de São Paulo que passou recentemente por valorização simbólica e econômica. Povoado por artistas, “boêmios” e comércios “alternativos”, o bairro ficou conhecido pelo seu “charme” e “autenticidade”. Contudo, os altos preços atuais da ocupação do espaço levaram artistas e outros profissionais ligados a cultura a deixar o bairro. Por ser considerado um caso típico de expulsão de ocupantes que valorizam simbolicamente um espaço sem poder pagar por ele, foi cunhada inclusive a expressão “vilamadalenização” para designar criticamente o processo.

¹⁷ Disponível em: <<http://vitacon.com.br/empreendimentos/novohigienopolis/>>. Acesso em: 04 fev. 2018.

¹⁸ De acordo com conversa com uma corretora da Vitacon, o preço do imóvel de 10m² era R\$146.500,00 em fevereiro de 2018.

oferecidos “Espaços compartilhados. Tecnologia que simplifica. Serviços pay-per-use”¹⁹.

A fórmula se repete para “studios” de outros edifícios comercializados pela incorporadora, em sua maioria com plantas entre 10 e 33m². Na página de abertura do material promocional de todos eles lê-se:

Chegou o momento de VIVER MELHOR, sem ser escravo do relógio, do trânsito ou da rotina. SEM DESPERDIÇAR TEMPO com o que não importa. SEM ESQUECER DE VOCÊ. Chegou o momento de VIVER PERTO. Pedalar e sonhar longe. De ESQUECER DO CARRO e lembrar da vida. Na piscina. No lobby, com mais amigos e muito mais tempo. Chegou o momento de uma NOVA EXPERIÊNCIA. Privilégios de hóspede, sempre em casa, bem-vindo ao [nomes dos empreendimentos a venda]. (Destaques no original)²⁰.

E esses são os destaques da página de entrada da própria construtora: “Viva Mais: Faça tudo por perto e eleve seu tempo ao quadrado”; “Coworking: Desça com seu notebook e compartilhe áreas de trabalho e sala de reuniões”, “Academia: Treine no próprio prédio, com equipamentos Life Fitness”; “Bike Sharing: Chega de perder tempo no trânsito. Pegue uma bike e devolva depois”. E na sequência:

Reinvente seu estilo urbano e recupe a cidade. Quem mora em São Paulo ou conhece a cidade sabe que, com o passar do tempo, a circulação de pessoas pelas calçadas diminuiu. Um estilo de vida frenético, com muito trânsito, estresse e pouco – ou nenhum – cuidado com o físico foi automaticamente sendo incorporado à vida na cidade. Sem falar da falta de convívio. De uns tempos para cá, uma nova tendência tem crescido. As pessoas têm preferência por morar em locais com fácil acesso a transporte público, ciclovias e ciclofaixas. Têm valorizado a produção local e os atrativos dos bairros em que moram. Imagine-se indo para o trabalho caminhando ou de bicicleta. Imagine-se gastando mais tempo com os amigos e explorando a região em que mora. Imagine-se vivendo a cidade de uma outra forma. Consegue imaginar. Pois isso já é realidade pra muita gente. Morar em espaços menores, com áreas comuns compartilhadas com vizinhos, onde você pode conhecer novas pessoas e trocar experiências dá ao dia a dia uma nova dimensão. Essa tendência – de colaborar e

¹⁹ Disponível em: <<http://vitacon.com.br/empreendimentos/novohigienopolis/>>. Acesso em: 04 fev. 2018.

²⁰ Disponível em: <https://issuu.com/vitacon/docs/af_vit-0012-17a_vitacon_campanha_ca>. Acesso em: 04 fev. 2018. Para mais detalhes sobre todos os imóveis, acessar o canal da incorporadora na plataforma virtual Issuu: <<https://issuu.com/vitacon>>.

compartilhar – deu um empurrãozinho para que as pessoas buscassem uma nova forma de ocupar a cidade. Com tantas pessoas ocupando espaços onde antes só víamos carros, cria-se um cenário estimulante e cheio de criatividade. Ou seja, uma cidade viva que é palco para o aparecimento de soluções que vem pela troca de experiências e pela consciência em dividir a vida com outras pessoas²¹.

Entre esse texto e o seguinte, há uma foto tirada de cima de um brinde de um refrigerante e duas xícaras de café com espuma de leite em formato de coração. Abaixo do retrato quase caricatural da “pacificação pelo cappuccino” de que fala Zukin (1995, 2010), há o texto:

Coliving: Nova Tendência De Moradia. O compartilhamento de ambientes é uma tendência urbana global e é uma forma de viver muito mais acessível e descomplicada. A ideia vem do cohousing, dos anos 60, que se popularizou nos Estados Unidos, Canadá e Europa. No Brasil ainda é muito recente, mas muitos projetos vêm incentivando o estilo de vida em comunidade, criando moradias com áreas compartilhadas. O conceito de coliving – como é chamado, é o mais próximo da economia compartilhada. Assunto que abordamos por diversas vezes aqui no blog. A essência vai além do conceito da economia compartilhada: é promover o incentivo à convivência, à troca de experiências. É uma alternativa à escassez de espaços urbanos habitáveis. O VN Novo Higienópolis, da Vitacon, com 10m², é o menor apartamento da América Latina. Localizado no bairro de Higienópolis, região nobre da capital paulista e próximo à região central, tem muito do conceito de coliving. Os principais diferenciais são as áreas comuns compartilhadas, com espaços de coworking, lavadeira, cozinha compartilhada, um apartamento para receber visitas, cinebar, guarda-entregas para delivery, ferramentas compartilhadas e academia equipada. Além de compartilhamento de carro, motocicleta e bicicleta para facilitar os deslocamentos na cidade²².

Ainda que a Vitacon, de onde provém o material publicitário acima, seja um caso heurístico do processo que temos em tela, é interessante apontar que a incorporadora Setin tem proposta semelhante. Os vídeos de divulgação dos cinco empreendimentos batizados de “Setin Downton” e localizados em diferentes endereços do centro da

²¹ Disponível em: <<http://vitacon.com.br/>>. Acesso em: 04 fev. 2018.

²² Disponível em: <<http://vitacon.com.br/blog/coliving-nova-tendencia-de-moradia/>>. Acesso em: 02 fev. 2018.

cidade mostram o próprio centro, especialmente à noite, como atração principal. “Se é centro, é Setin” é o *slogan* do projeto. Ao oferecer *studios* de 18 a 20m², a empresa propagandeia a “tendência mundial dos apartamentos compactos” e afirma que o novo imóvel “vai unir centralidade e sofisticação em uma das esquinas mais cobiçadas e efervescentes da capital, a da São Luís com a Consolação. Entretenimento, lifestyle, urbanidade, arquitetura de ponta e conveniência urbana”²³. Tal como no caso anterior, a tarefa a que se propõe a publicado da empresa é transubstanciar um espaço exíguo em algo socialmente valorizado.

A gramática coletiva sobre os microapartamentos individuais

Após análise do material publicitário de venda dos “apartamentos compactos”, é possível perceber a recorrência de três elementos principais mobilizados pelos artífices do discurso para a empreitada. O primeiro deles é o único ligado aos apartamentos em si, ao espaço privado oferecido como moradia. A construção discursiva passa pelo elogio da praticidade e da inteligência dos imóveis, destinados a pessoas “modernas” que desejariam ser mais móveis e menos “apegadas” ao acúmulo de bens materiais. Ela busca fazer referência a um *ethos* discursado como “moderno”, “descolado” e “desapegado”, um sujeito flexível que privilegiaria, em vez da posse, o acesso (GAMBAGORTE, 2016), a assinatura de serviços diversos ou até mesmo o chamado “pay-per-use”, isto é, serviços prestados pontualmente sob demanda, sem vínculos trabalhistas ou de qualquer outra natureza. Evoca-se um universo similar ao descrito por Jeremy Rifkin (2000) ou por Zygmund Bauman (2001) no começo do milênio. Se esse *ethos* existe efetivamente ou se sua gestação é concomitante aos usos da premissa de que ele existe é uma boa indagação que surge dessa pesquisa exploratória e que voltaremos a discutir.

O fato é que, logo após o livro sobre a “modernidade líquida”

²³ Disponível em: <<http://www.setin.com.br/residencial/setin-downtown-sao-luis>>. Acesso em: 02 fev. 2018.

(2001), o próprio Bauman lança *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual* (2003). E, na sequência, temos os livros sobre a “sociedade individualizada” (2008) e “sobre a fragilidade dos laços humanos” (2004). Como aponta também Richard Sennet (2012), à ausência de vínculos corresponderia uma busca por vínculos. Assim, a segunda recorrência discursiva em torno dos “microapartamentos” diz respeito ao convívio, ao compartilhamento, à colaboração, ao “cohousing”, “coworking”, “coliving”. Incentiva-se “o estilo de vida em comunidade”, a “convivência”, a “troca de experiências”... Há mesmo uma “horta comunitária” entre as atrações divulgadas pelo “Book Higienópolis”. Em suma, os apartamentos são concebidos para compradores que desejam viver sós, mas a vida que se oferece é precedida pelo prefixo “co”. As possibilidades de “networking” compensariam a solidão do “home office”, tanto em termos afetivos quanto em termos profissionais. O capital social é uma dimensão crucial da vida pessoal e profissional das classes médias que ocupam os centros das cidades globais, tanto mais porque, nos tipos de ocupação a que tendem, as dimensões profissionais e pessoais se desdiferenciam (GORZ, 2005; SENNETT, 2012; MICHETTI, 2017b).

Tal capital se relaciona intimamente com o capital econômico e, como os “microapartamentos” são um fenômeno próprio a classes médias urbanas, é interessante pensá-lo no seio de estratégias de reprodução desses estratos de classe. Para Bourdieu,

O capital permite manter à distância as pessoas e as coisas indesejáveis ao mesmo tempo que aproximar-se de pessoas e coisas desejáveis (por causa, entre outras coisas, de sua riqueza em capital), minimizando, assim, o gasto necessário (principalmente em tempo) para apropriar-se deles: a proximidade no espaço físico permite que a proximidade no espaço social produza todos os seus efeitos facilitando ou favorecendo a acumulação de capital social e, mais precisamente, permitindo aproveitar continuamente encontros ao mesmo tempo casuais e previsíveis que garante a frequência a lugares bem frequentados. Inversamente, os que não possuem capital são mantidos à distância, seja física, seja simbolicamente, dos bens socialmente mais raros e condenados a estar ao lado das pessoas ou dos bens mais indesejáveis e menos raros. A falta de capital

intensifica a experiência da finitude: ela prende a um lugar. (BOURDIEU, 2008, pp.163-4).

A noção de capital social só faz sentido no seio da concepção relacional de distância. Não é qualquer contato que conta como “networking”, nem qualquer convívio que acresce o capital social. Os espaços de convivência são planejados para dar ensejo a relações entre iguais. Ou entre diferentes cuja diferença é vista como positiva. Em tempos de valorização simbólica da diversidade (MICHETTI, 2015; NICOLAU NETTO, 2014; ORTIZ, 2015), a cidade global pode ser oferecida como um lugar de criatividade, mas se a diversidade da região central concorre para o capital de globalidade ou de cosmopolitismo dos novos ocupantes do centro, a “identificação biométrica” separa a diversidade de fora da diversidade de dentro.

Quando Bourdieu escreveu seus trabalhos sobre as relações entre espaço geográfico e espaço social, a diversidade ainda não era um valor passível de incrementar o capital cultural. Sua transformação em “valor universal” é recente (ORTIZ, 2007). Assim, ao menos no caso de Paris, a sobreposição de “espaços sociais fisicamente objetivados” era mais nítida, ou seja, as “propriedades positivas” e as “propriedades negativas” se concentravam em lugares diferentes (BOURDIEU, 2008, p.161). Atualmente, a análise se complexifica, dada a transformação da diversidade em valor simbólico. Isso não quer dizer que os espaços reservados às “propriedades positivas ou negativas” tenham deixado de existir (PULICI, 2010; DUNKER, 2015; FRANÇA, 2015). Eles são ora protegidos por muros, catracas, aparato público e/ou privado de segurança, ora pelo bom e velho *habitus*, o “*sense of one’s place*”, frequentemente por ambos. Contudo, a região central de São Paulo, como ocorre em outras metrópoles do planeta, tem assistido a uma diversificação de sua ocupação (MARQUES, 2015). Em que pesem também as condições materiais, as transformações simbólicas têm um lugar nesse processo. A diversidade do centro vai no panfleto. Por ser um discurso de gestão da diferença (NICOLAU NETTO, 2015; MICHETTI, 2017a), ela só pode ser trunfo quando bem administrada.

Se as elites mantêm seu “padrão de evitação” com relação a outras classes (MARQUES, 2015, p.198), indivíduos de frações de classe média que vivem de atividades em que o capital cultural é central vão tomar a diversidade como valor simbólico. Eles atuarão com um *ethos* para o qual faz sentido as ideias de “compartilhamento” e de “direito à cidade”. A vida nos microapartamentos é, assim, parte da construção identitária individual, como mostram as entrevistas realizadas por Gambagorte (2016), mas também de uma espécie de enunciação política “ativista”. Há afinidades entre as estratégias das incorporadoras de oferecer o coletivo para vender o individual e um tipo de consumo que se pretende político (FONTENELLE, 2010, 2016). A relação entre a escolha de se viver no centro de metrópoles e valores políticos também foi apontado por David Ley, que afirma também que, enquanto a primeira onda de gentrificação é formada por pessoas mais idealistas, as ondas mais recentes seriam constituídas por pessoas mais interessadas em proteger seus investimentos imobiliários (LEY, 1994, p.71).

Assim, o léxico do compartilhamento característico da contracultura dos anos 1960, que continha uma crítica ao capitalismo, ou, pelo menos, ao capitalismo fordista (LÖWY, 2002), passa a ser parte do funcionamento contemporâneo do regime de acumulação flexível, como bem apontaram Boltanski e Chiapello (2011). Também é interessante notar no material publicitário o emprego da gramática própria a reivindicações baseadas na noção de direito à cidade²⁴ e a movimentos sociais de ocupação. “Ocupar a cidade” é uma proposta de incorporadoras de “apartamentos compactos” no centro paulistano. Diante dos novos usos desses discursos, é interessante retomarmos as reflexões de Luc Boltanski (2009; 2011) acerca do lugar da crítica no capitalismo. Ao invés de ser revogado pela crítica, ele parece se alimentar dela para se atualizar, neutralizando seu potencial disruptivo. No limite, nosso objeto deixa entrever que a própria crítica se transforma em elemento

²⁴ Agradeço a Sabrina Duran pelas conversas que tivemos sobre esse assunto em outubro de 2016.

central de valorização simbólica do mercado que analisamos. “Sex doesn’t sell any more, activism does”²⁵.

O terceiro elemento que se destaca do material analisado é que a própria cidade aparece como argumento publicitário para a venda dos “apartamentos compactos”. Além do elogio da diversidade supostamente característica do centro, o acesso à cidade, a mobilidade, o estar “perto” de “tudo”, o não perder tempo, compõem os atrativos dos “microapartamentos”. Ao analisar as relações entre espaço geográfico e espaço social, Bourdieu aponta que “A capacidade de dominar o espaço, sobretudo apropriando-se (material ou simbolicamente) de bens raros (públicos ou privados) que se encontram distribuídos, depende do capital que se possui” (2008, p.164). Para o autor, tempo e espaço se relacionam nas disputas sociais pelo espaço físico:

As distâncias físicas podem ser medidas segundo uma métrica espacial, ou melhor, temporal, na medida em que os deslocamentos tomam um tempo mais ou menos longo segundo as possibilidades de acesso aos meios de transporte, públicos ou privados, o poder que o capital, sob suas diferentes formas, dá sobre o espaço é, também, ao mesmo tempo, um poder sobre o tempo. (BOURDIEU, 2008, p.163).

Ao buscar lições para a sociologia urbana em Bourdieu, Mike Savage afirma que, desde os trabalhos iniciais, o sociólogo francês “identifica a tensão entre a mobilidade dos poderosos e a fixação dos menos favorecidos”. Savage sugere ainda que

Através do exame dos aglomerados de pessoas, objetos e identidades no espaço físico e social, através da investigação dos mecanismos que permitem algo a se movimentar mais livremente do que outros, e também através do exame dos aglomerados e padrões de ações, nós temos o potencial de enriquecer a teoria urbana contemporânea e recarregar nossa compreensão da desigualdade social²⁶. (SAVAGE, 2000, p.518).

²⁵ Disponível em: <<https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/feb/03/activism-sells-brands-social-conscience-advertising>>. Acesso em: 09 fev. 2018.

²⁶ Tradução da autora. Trecho em inglês: “Through examining the clustering, sifting, and sorting of people, objects, and identities in physical and social space, through investigating the mechanisms which allow some to move more freely than others, and also through examining the clustering and patterning of actions, we have the potential for enriching contemporary urban theory and recharging our understanding of social inequality” (SAVAGE, 2000, p.518).

Marca da desigualdade, a mobilidade é distintiva. A cidade é operada como capital simbólico, daí a busca recorrente por equiparar os “apartamentos compactos” a realidades de outras cidades consideradas mais globais que São Paulo. Em matérias de divulgação da “nova tendência” das micromoradias na mídia, é frequente a afirmação de que os apartamentos pequeníssimos são realidade em Nova York, Paris e Tóquio, por exemplo. Os apartamentos decorados para visitação nos edifícios trazem, em livros, quadros e objetos, elementos estéticos que remetem a tais cidades. A globalidade se torna um valor e alguns lugares específicos são mais globais que outros (MICHETTI, 2015). O centro de uma metrópole confere mais capital de globalidade do que um condomínio de casas espaçosas.

No entanto, alguns jovens habitantes dos “microapartamentos” costumam estocar seus guarda-roupas sazonais nas amplas casas em que anteriormente viviam com os pais. Para vários deles, que conformam a “segunda onda” de (re)ocupantes do centro, a opção pela “vida compacta”   temporária, referente à fase de formação, prévia à entrada no mundo do trabalho ou   constituição de famílias (Gambagorte, 2016). Os microapartamentos aparecem em sua trajetória como uma solução temporária e seu vínculo identitário com eles pode ser visto antes como uma nova camada de capital simbólico sobreposta a estratégias de distinção anteriores do que como parte de um novo *ethos*, diferente do *habitus* familiar que prezaria por espaços vastos.

Diante disso, é interessante retomarmos as reflexões de Bernard Lahire (2002) sobre o que chama de “pluralidade de lógicas de ação”. Trabalhando “com e contra Pierre Bourdieu”, ele afirma que coerência dos hábitos ou esquemas de ação dependeria da coerência dos princípios de socialização aos quais cada ator esteve sujeito. As condições da unicidade e da pluralidade das ações variariam conforme a trajetória dos atores e também as situações concretas que se apresentam no cotidiano de indivíduos que vivem em sociedades diferenciadas. O que denomina de “ator plural” seria um “produto” da experiência de socialização em contextos múltiplos e heterog neos. Assim, para ele, tanto a

ação racional consciente quanto a razão prática existiriam, e o controle prático ou o controle simbólico da ação variaria segundo universos e meios sociais, tipos de ator e tipos de ação e ainda de acordo com diferentes tempos e lógicas de ação.

Essa discussão levanta a questão da reflexividade da ação, que indaga se os indivíduos agem a partir de uma consciência que planeja e calcula ou a partir do que Bourdieu chama de “razão prática”. Que-rela antiga na teoria da ação social, ela nos ajuda a pensar a tentativa de transformar valores simbólicos, de atribuir sentido positivo a algo socialmente considerado inferior, como a exiguidade do espaço. Nesse caso, a chamada intencionalidade da ação parece variar em função dos atores. As empresas que vendem imóveis compactos na região central da cidade intencionalmente veiculam discursos de positividade tanto do centro quanto do tipo de espaço que buscam comercializar. Boa parte dos veículos de mídia reverbera tal construção discursiva, lembrando que as incorporadoras são grandes anunciantes dos principais veículos de mídia.

Contudo, essa iniciativa não se opera sob tábula rasa. Bourdieu ressalta que, “como qualquer ação simbólica, a publicidade nunca é bem-sucedida nem quando lisonjeia, excita ou desperta disposições pré-existentes que ela expressa e, portanto, dá a oportunidade de se reconhecer e se realizar” (2000, p.78 – tradução da autora). A transformação da globalidade em valor simbólico e, correlatamente, a positividade da diversidade, são fenômenos muito amplos para serem obra exclusiva de artífices deliberados. Entretanto, se tal transformação teve influência das regiões centrais de que fala Ley, ela contou também com artífices determinados, como mostram autores como Ortiz (1994, 2006), Boltanski e Chiapello (2011) e Michetti (2017a). Logo, se o modo de vida “alternativo” e a “diversidade” do centro funcionam como capital simbólico para o mundo das artes e da cultura e, portanto, para a primeira “onda” de (re)ocupantes do centro, a globalidade e a urbanidade também serão elementos da composição de estratégias distintivas ligadas a esses valores da parte da “segunda onda”, que res-

ponde aos novos investimentos imobiliários, mas que também tem lugar nessa construção discursiva. Tais indivíduos têm interesse em enunciá-la na medida em que tanto o valor dos seus novos imóveis quanto o valor identitário-distintivo de si são lastreados na valorização simbólica e econômica do centro e da vida “desapegada”, diversa, global...

Mas é e não é de *interesse* que se trata, pois, ao mesmo tempo, elas buscam converter o valor simbólico do espaço que ocupam a partir de uma conversão prévia, que já operou nelas o milagre da transformação em virtude do que, em boa parte das vezes, é necessidade. Ao teorizar sobre a “economia dos bens simbólicos”, Bourdieu (2004) sublinha os “pressupostos do discurso”, mas também a importância da “alquimia social” e do “poder da convicção” para o que chama de “produção da crença”, necessária a qualquer mercado simbólico. Cálculo e convicção, estratégia e valores, intencionalidade e espontaneidade, razão reflexiva e razão prática se misturam.

Assim, tanto a oferta quanto a demanda têm a ganhar com a positividade simbólica e econômica do conjunto de valores que enunciam. Neil Smith e David Ley se encontram, como sugere Hamnet (1991). A resignificação dos espaços, assim como a coerência entre oferta e demanda, só pode ser compreendida na intersecção entre a dimensão econômica e a dimensão simbólica. A sociogênese do processo que analisamos e a psicogênese dos atores que dão forma a ele se alinham na medida em que as construções discursivas das empresas se fazem a partir de uma camada de sentidos previamente atribuída às cidades e à vida globais, lembrando que globalidade e diversidade são valores que se retroalimentam (MICHETTI, 2015; NICOLAU, 2014). A partir da propagação desses valores, exponenciada especial, mas não exclusivamente, pela atuação economicamente interessada do mercado imobiliário, eles passam a circular mais amplamente e farão sentido para um tipo de consumidor engajado no esforço de transubstanciação simbólica dos pequenos espaços que querem ou precisam habitar.

As relações entre os microapartamentos e a cidade

O “morar “compacto” implicará novas práticas e discursos distintivos, boa parte deles ligados à cidade. Como aponta a pesquisa de Rosenthal e Gambagorte:

Mesmo a escolha dos programas fora da residência é influenciada pela relação dos indivíduos com sua casa, e cresce seu interesse por atividades ao ar livre, como bares e restaurantes com área externa e eventos em parques. Percebe-se que esse comportamento está de acordo com algumas transformações observadas no lazer da capital paulista, como o fechamento da Avenida Paulista e do Elevado Costa e Silva para carros, o aumento da malha cicloviária, e a popularização dos *parklets* e *food parks*. A emergência desta nova cena cultural pode ser considerada um sinal de que um novo estilo de vida vem ganhando força e provocando mudanças em diversos âmbitos da vida do morador dos grandes centros. Dentre essas mudanças, está a relação do indivíduo com o espaço, tanto o privado, do apartamento residencial, quanto o público, da cidade em si. Como afirmou Luís, “Não consigo ficar os dois dias do fim de semana em casa. Vou sair com alguém, passear na Paulista, numa livraria, andar de bicicleta... se eu fico aqui muito tempo eu me sinto preso. (ROSENTHAL; GAMBAGORTE, 2016, p.15).

Para lembrar Simmel, não apenas a metrópole, mas também a habitação tem implicações na “vida mental” e, claro, se relaciona com a vida social, como bem apontou Bourdieu (1999) no estudo sobre a casa Kabyle. Assim, se um estudo das plantas dos “apartamentos compactos” e dos edifícios nos informa sobre modos ou estilos de vida (propostos ou existentes) e concepções de mundo, também são interessantes as maneiras pelas quais as configurações do espaço privado têm implicações em atividades econômicas e nos usos na cidade.

A exiguidade dos apartamentos e o fato de as pequenas cozinhas serem no mesmo ambiente da cama, por exemplo, faz com que se cozinhe pouco nesses imóveis, e, mais do que o uso das cozinhas compartilhadas, temos o *comer fora* e o *pedir comida* como práticas usuais. Restaurantes com culinárias “típicas” de vários países e *food trucks* fazem

parte do universo dos jovens sem cozinha, assim como os aplicativos de encomenda de comida²⁷ e os batalhões de *motoboy*s que entregam refeições pela cidade.

As práticas de vestuário também se modificam. Guarda-roupas com menos peças e mais “básicas” passam a ser preferidos, mas o consumo de *fast fashion* também é estimulado, pois o preço mais baixo dos artigos diminuiria o “apego” na hora de se desfazer dos itens. Outro mercado que se relaciona a esse estilo de vida é o dos brechós e, mais recentemente, dos serviços de assinatura de roupas²⁸. Também se multiplicam os *sites* e aplicativos de venda, compra e troca de roupas e outros objetos²⁹. Ao mesmo tempo, se o “desapego” ganha programa na TV a cabo, atualmente assiste-se também à proliferação do mercado de “self storage”³⁰. Não é raro que os edifícios de “microapartamentos” ofereçam também uma área para armazenamento de objetos.

Além disso, embora os edifícios tenham “bicicletários” e serviços de compartilhamento de bicicletas e seu material promocional estimule o “abandono do carro”, é comum que os menos compactos dos “apartamentos compactos” tenham vaga de garagem. Sobre o uso de bicicletas, é importante sublinhar que elas figuram em praticamente todos os projetos imobiliários e em sua divulgação. Isso ocorre em

²⁷ A título de exemplo, consultar https://www.ubereats.com/pt-BR/sao-paulo/food-delivery/sp-food/JvokoU-dQ-S1Y_btptIRSg/ e https://www.ifood.com.br/delivery/sao-paulo-sp?gclid=EAIaIqObChMlr_bm8PqY2QIVUgSRCh3mAQ57EAAYASAAEgKEI_D_BwE. Acesso em: 09 fev. 2018.

²⁸ Para mais informações, consultar: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/01/09/economia/1483984486_528116.html; <https://consumosocial.catracalivre.com.br/geral/financas/indicacao/servicos-de-assinatura-promovem-uso-compartilhado-de-roupas/>; <http://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2017/01/1847632-guarda-roupa-compartilhado-oferece-acesso-a-pecas-por-assinatura-em-sp.shtml>; <http://fotos.estadao.com.br/galerias/fotos-pme,pme-nova-tendencia-bibliotecas-de-roupas-buscam-popularizacao,29565>. A título de exemplos, consultar: <http://aroupaceca.com/>; <https://sitedeassinatura.com/chicken/upperbag-mar-17/> e <https://www.blimonline.com.br/>. Acessos em: 06 fev. 2018.

²⁹ Para mais informações, consultar: <https://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2017/03/14/tinder-de-roupa-para-trocar-tem-que-dar-match.htm>. A título de exemplos, consultar: <https://www.enjoei.com.br> e <http://www.roupalivre.com.br/app/>. Acessos em: 06 fev. 2018.

³⁰ A título de exemplos, consultar <http://www.guardeaquai.com/blog/as-utilidades-do-self-storage-e-como-ele-funciona/>; <https://www.selfstorage.com.br/>; <https://www.goodstorage.com.br/>; <http://www.selfbox.com.br/>; <http://www.rentabox.com.br/>. Acessos em: 06 fev. 2018.

uma conjuntura em que o Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo afirma como um de seus objetivos “promover os modos não motorizados como meio de transporte urbano, em especial o uso de bicicletas, por meio da criação de uma rede estrutural cicloviária” (SÃO PAULO, 2014, p.12).

No mesmo contexto, aparecem entre os projetos urbanos da gestão municipal os chamados “*parklets*”, que são apresentados como “extensões temporárias das calçadas que promovem o uso do espaço público de forma democrática a partir da conversão de um espaço de estacionamento de automóveis na via pública em um espaço de permanência de pessoas”, podendo ser “implantados por pessoas físicas, jurídicas ou pelo poder público”³¹, sendo frequentemente iniciativa de empresas que buscam uma “descolada” extensão urbana.

A propósito, na apresentação do Plano Diretor Estratégico (PDE), realizado na gestão de Fernando Haddad (Partido dos Trabalhadores), afirma-se como intuito tornar São Paulo “mais atrativa a atividades econômicas que reforcem seu perfil de cidade global, e à condição da 3ª maior metrópole do mundo”³². O “perfil de cidade global” é enunciado como projeto, ambição. Quando grandes cidades ao redor do planeta competem entre si pela atração de investimentos de um capital que pode aterrissar em qualquer lugar do mundo (DARDOT; LAVAL, 2009), a busca pela globalidade será uma injunção para governos locais, quase que independentemente de seus enquadramentos políticos. As cidades são lugares onde a globalização se realiza com todas as suas contradições e ambivalências (SASSEN, 2000b).

Transformada em valor, a globalidade é uma busca coletiva e individual. Cidades e pessoas serão classificadas em razão de seu capital de globalidade. Como parte de um *ethos*, ela se inscreve em novas

³¹ A título de exemplos, consultar <http://www.guardeaqui.com/blog/as-utilidades-do-self-storage-e-como-ele-funciona/>; <https://www.selfstorage.com.br/>; <https://www.goodstorage.com.br/>; <http://www.selfbox.com.br/>; <http://www.rentabox.com.br/>. Acessos em: 06 fev. 2018.

³² Disponível em: <http://gestaourbana.prefeitura.sp.gov.br/marco-regulatorio/plano-diretor/>. Acesso em: 06 fev. 2018.

práticas e novas distinções. Constituída e constituinte de relações econômicas e simbólicas, ela instaura uma nova medida da desigualdade entre pessoas.

Considerações finais: Por uma convergência entre sociologias

Os microapartamentos são um objeto heurístico que demonstra que modos de viver, atividades econômicas e organização pública da cidade se relacionam intimamente. Eles são também um veículo privilegiado para compreensão dos nexos atuais entre espaço geográfico, espaço social e espaço simbólico. Contudo, eles são apenas *um* exemplo de como a convergência entre Sociologia da Cultura, Sociologia Econômica e Sociologia Urbana pode ser prolífica para o estudo de transformações materiais e simbólicas, de disputas sobre os usos da cidade, das desigualdades e contradições que medram na metrópole... Ela permite que se investigue mudanças e continuidades em *ethos* e *habitus*, em práticas culturais, mas também que se entenda mais profundamente transformações de escopo mais amplo, como políticas urbanas e a globalização dos investimentos imobiliários. Ela possibilita, assim, diversos “zooms” de análise, a alternância ou a confluência entre abordagens micro e macro e entre compreensão e explicação. A partir de 10m², é possível pensar o indivíduo e o mundo.

CAPÍTULO 7

NOVAS FORMAS DE ASSOCIAÇÃO ENTRE ESTADO E NAÇÃO: MARCA-NAÇÃO E A DESESTABILIZAÇÃO DE UM HÍFEN NA GLOBALIZAÇÃO¹

Michel Nicolau Netto

Em 2005, a Embratur² lançou na sede da FIESP – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, um logotipo alcu-nhado à época pela mídia, pelos setores empresariais e por órgãos de governo de marca Brasil. Esse logotipo³ foi o resultado de um processo iniciado em 2003, ano de criação do Ministério do Turismo, quando a Embratur passou a se dedicar, exclusivamente, à promoção turística do Brasil no exterior. Isso não significa que antes não o fazia, mas cer-tamente não era sua função central (ver KAJIHARA, 2008; ALFON-SO, 2006). Em 2003, a Embratur contratou a empresa catalã Chias Marketing, com recursos da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM), para desenvolver um plano es-tratégico de *marketing* turístico internacional para o país. O fundador da empresa, Josep Chias, publicitário e autor de livros relacionados ao *marketing* turístico (ver CHIAS, 2005), era figura conhecida na área e carregava em seu currículo duas campanhas de marketing com grande

¹ Este texto só foi possível pelos apoios fundamentais da FAPESP e da Funcamp, através de projeto FAEPEX. É uma republicação, revisada, de artigo com o mesmo nome publicado em ARQUIVOS DO CMD, v. 4, p. 11-32, 2016.

² A Embratur – Instituto Brasileiro de Turismo foi criada por decreto-lei em 1966, com o nome de Empresa Brasileira de Turismo. Até 2003 a Embratur foi o órgão central da administração federal responsável pela coordenação do turismo no Brasil. Em 2003, com a criação do Minis-tério do Turismo, a Embratur passou a se dedicar exclusivamente à “promoção, marketing e apoio à comercialização dos destinos, serviços e produtos turísticos brasileiros no mercado in-ternacional”. Ver: <<http://www.turismo.gov.br/institucional/2015-04-06-14-28-40.html>>. Acesso em: 16 jul. 2015.

³ O logotipo foi criado pelo designer Kiko Farkas após vencer concurso instituído pela Embratur.

repercussão internacional: o plano de promoção turística da Espanha (lançado em 1984) e das Olimpíadas de Barcelona⁴. No Brasil, Chias já havia sido um dos principais responsáveis pelo plano de *marketing* do Primeiro Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro (1993 – 1995) e pela candidatura do Rio de Janeiro para os Jogos Olímpicos de 2004 (OLIVEIRA, 2015, pp. 178, 179). Um contato feito com Chias na década de 1990 por Eduardo Sanovicz, que viria a ser presidente da Embratur entre 2003 e 2006⁵, fora retomado e a empresa catalã contratada para desenvolver o plano apresentado em 2005: Plano Aquarela: Marketing Turístico Internacional do Brasil (EMBRATUR, 2005)⁶. Um de seus elementos fora, justamente, o lançamento de uma marca que serviria para representar o Brasil no exterior.

O esforço da Embratur não é um caso isolado e se dá em um momento no qual se torna prática comum lugares serem representados como marcas. Na década de 1990, representantes de empresas de *marketing* começaram a formular, em direta relação com as áreas de administração, economia e *marketing* de universidades, concepções que atribuem aos lugares o caráter de produtos e, como tal, passíveis de serem promovidos como marca. O britânico Simon Anholt, um dos gurus (termo nativo) dessa área, conselheiro político e publicitário, data 1996 como o ano em que ele próprio teria cunhado o termo *nation branding* (ANHOLT, 2007, p. xi). Wally Olins, outro influente publicitário, autor de diversos livros sobre identidade corporativa e branding (OLINS, 1990), no começo dos anos 2000 passa a também se dedicar à criação de marcas lugares (ARONCZYK, 2014). Ao mesmo tempo,

⁴ Ver: <https://ictusgroup.wordpress.com/2010/01/26/the-business-of-happiness/>. Acesso em: 16 jul. /2015.

⁵ Na década de 1990, Sanovicz era aluno de mestrado no Departamento de Publicidade, Relações Públicas e Turismo da ECA/ USP (SANOVICZ, 2001). Nesta pesquisa, que envolveu o modelo de gestão turístico da cidade catalã, Sanovicz conheceu Chias, com quem manteve relação até a morte do catalão. Essas informações se baseiam em amplo trabalho de campo, mas especialmente em entrevistas com Eduardo Sanovicz (São Paulo, 03/05/2013), com representantes da empresa Chias Marketing no Brasil (São Paulo, 17/07/2013) e nos próprios textos de Sanovicz: seu doutorado (2007) e um texto do mesmo não dedicado à publicação, mas que fora gentilmente enviado a mim por e-mail.

⁶ Análise aspectos do Plano Aquarela, em suas três versões (EMBRATUR, 2005, 2007, 2010) em (NICOLAU NETTO, 2014b).

pelas mãos dessas pessoas, mas também de outros autores, em geral vinculados a escolas de negócios, surgem textos que se tornam centrais nesta área. Em 1990, Michael Porter, da escola de negócios de Harvard, lança o prestigioso *The Competitive Advantages of Nations* (PORTER, 1990); o professor Philip Kotler lança em 1997, como co-autor, *The Marketing of Nations* (KOTLER; JATUSRIPITAK; MAESINCEE, 1997). Mistura de gurus, autores e conselheiros esses e outros formam, na expressão de Melissa Aronczyk (2014), uma Transnational Promotional Class (TCP – Classe Promocional Transnacional)⁷.

Em seus livros, seminários, manuais e cursos patrocinados por escolas de negócios e por governos que contratam seus serviços, membros dessa classe saem pelo mundo propagando a empresários e representantes de governos uma forma de se entender a relação entre Estado e nação. A base desse entendimento se dá pela noção de que o Estado se torna responsável por tornar os lugares competitivos em uma economia global, que qualquer lugar pode se tornar competitivo, que a base dessa competição se relaciona muito mais a aspectos simbólicos (à imagem) do que aspectos, digamos, mais concretos (PIB, por exemplo). Para tanto, eles próprios oferecem a ferramenta: a implementação de projetos em geral chamados de *place (nation, city, region) branding*. E são convincentes: do Chile ao Sri Lanka (através de Anholt), de Maurícius à Polônia (através de Olins), da Líbia, ainda sob a tutela de Gadaffi (através de Porter) à Espanha e Brasil (através de Chias), praticamente todos os países do mundo hoje são representados internacionalmente por uma ou mais marcas. No setor de turismo, como os próprios publicitários admitem, é onde se vê com mais frequência o uso dessas marcas⁸. De fato, em uma caminhada pelos

⁷ Uma referência expressa à noção de Leslie Sklair (2001), Transnational Capitalist Class.

⁸ As razões para isso só podem ser aqui apresentadas de forma resumida. Cito, então, dois fatores centrais. Em primeiro lugar, o turismo é um setor que baseia sua atividade no consumo da imagem dos lugares, sendo que a marca se destina, justamente, como se verá, a tornar a imagem consumível. Em segundo lugar, pois o turismo é essencialmente um setor de orientação global, e a marca se volta, também como se verá, a uma tentativa de inserção das imagens do lugar em um contexto de globalização. Ver também sobre isso Lash & Urry (1994, parte 4) e Urry (2011).



Figura 1: Logotipos turísticos nacionais.
Fonte: Próprio autor.

pavilhões nacionais organizados por escritórios de promoção turística nas grandes feiras de turismo⁹ poucas são as bandeiras nacionais que tremulam. Em seus lugares, logotipos, tais quais os a seguir:

Um elemento central para a proliferação de marca lugares é justamente o incansável trabalho desses homens e mulheres de *marketing*. Há, de fato, um esforço não apenas de convencimento sobre aquilo que dizem, mas ainda mais de formação de um campo linguístico no qual esses membros da TCP detêm, como diria Bourdieu (2003, p. 148), o “direito à palavra”, a linguagem legítima como linguagem autorizada, de autoridade. As habilidades que eles demonstram, e sem dúvida demonstram, só se tornam competência porque são operadas em um espaço no qual aquelas práticas são valorizadas e a maior parte do esforço dessas pessoas é justamente na formação deste espaço. Uma vez formado, aqueles que neles entram adotam o mesmo palavreado, adoram os mesmos ídolos, compartilham as mesmas regras do jogo. É justamente nessa aceitação das regras que essas pessoas propõem que elas próprias se legitimam¹⁰.

⁹ As feiras de turismo reúnem profissionais ligados ao setor, entre eles representantes de órgãos de governo, operadores, agências de turismo, etc. Uma grande feira, como a de Madrid, visitada por mim em 2013, chega a reunir 130 mil profissionais. As feiras são organizadas em pavilhões, alguns deles nacionais, como é o caso da imagem do pavilhão do Peru e do Brasil, acima. São os órgãos oficiais de turismo que possuem a prerrogativa de organizar os pavilhões nacionais e neles exibirem aquilo que é chamado de marca-nação.

¹⁰ O discurso desses publicitários foi tratado por mim em outro lugar (NICOLAU NETTO, 2016).

Mas dizer isso não é dizer que os discursos desses publicitários são apenas discursos. O mais importante é que esses discursos são hoje assumidos como plausíveis. Este texto se volta justamente a investigar as condições de produção desse discurso, a partir de uma perspectiva: o hífen entre Estado e nação. Quero propor que a questão central que se coloca em torno da marca-nação é, de um lado, um novo fato: a associação entre nação e Estado se desestabilizou. Dizer isso é dizer que os símbolos mobilizados em torno da nação se tornam hoje globalizados, disputados por diversos agentes, entre eles os próprios agentes nacionais. Evidentemente que o “entre eles” é o elemento nodal da argumentação. De outro lado, contudo, a nação se torna um elemento valorizado na globalização, um *asset*, diriam os economistas. Dessa forma, o Estado – ou melhor, o Estado empreendedor (Harvey, 2005) – se interessa em se engajar na luta pelo controle da nação. Quando o faz, contudo, o faz em um campo de novas regras, altamente marcadas pelo mercado e pela publicidade. A marca se coloca justamente neste contexto.

Antes de iniciar é preciso deixar claro que este texto não é sobre marca-nação, mas sobre a articulação das identidades, especificamente da identidade nacional, na globalização. A marca-nação é um bom índice de que essa articulação traz novidades que revelam novas formas de associação entre Estado e nação. É neste sentido que marca-nação figura neste texto. Dessa forma, pouco importa se os projetos de marca-nação se tornam realmente fortes em certos lugares ou se fracassam em outros. Certamente a marca-nação da Espanha ou do Peru são hoje reconhecidas por muitos, enquanto a brasileira, proposta pela Embratur, sequer é reconhecida por diversos órgãos do Estado brasileiro¹¹. Neste texto o central é perceber que bem-sucedida ou não a marca-nação revela uma nova relação entre Estado e nação.

¹¹ Em pesquisa na qual entrevistei membros da APEX-Brasil e da Secom – Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Brasília, 11 e 12 de fevereiro de 2015, respectivamente), seus representantes declararam veementemente não reconhecerem a marca da Embratur como a marca Brasil. A APEX-Brasil lançou, inclusive, em 2014 uma outra marca, Brasil Beyond, com a qual desejava competir com a própria marca da Embratur. Em 2015, contudo, o projeto fora abandonado. Volto a isso adiante.

Estado-nação e globalização

Os debates sobre globalização nas ciências sociais são multifacetados, mas certamente se embasaram, especialmente em seu princípio, em uma suposta ruptura. A globalização colocaria um outro parâmetro de análise, que deixaria de ser o Estado-nação para ser o globo. Essa é a ruptura; o globo é o novo parâmetro. Octávio Ianni afirma que “aqui recomeça a história. Em lugar das sociedades nacionais, a sociedade global” (IANNI, 2003, p. 35). Ulrich Beck define globalização como “os processos, em cujo andamento os Estados nacionais veem a sua soberania, sua identidade, suas redes de comunicação, suas chances de poder e suas orientações sofrerem a interferência cruzada de atores transnacionais” (BECK, 1999, p. 30). Renato Ortiz afirma que “a modernidade-mundo rompe com as fronteiras do Estado-nação” (ORTIZ, s/d, p. 17). Dessa forma, a globalização desafia os próprios conceitos das ciências sociais, pois esses se basearam no parâmetro da nação e, por isso, não mais dão conta da realidade presente. Roland Robertson clama para que adaptemos nossas categorias para pensar “o mundo como um todo”, já que considera “da maior importância nos conscientizarmos de que grande parte da sociologia convencional [...] foi mantida no cativeiro pela institucionalização praticamente global da ideia de sociedade nacional [...]” (ROBERTSON, 1999, p. 24). Na mesma linha Octávio Ianni (1998, p. 5) afirma que “[s]e é verdade que as ciências sociais nascem com a nação, talvez se possa afirmar que elas renascem com a globalização”.

O mal-estar com o Estado-nação tomou várias formas e assumiu vários graus. Para alguns autores, a globalização chegou mesmo a significar o fim do Estado-nação. Nem a proliferação de Estados-nação a que assistimos na década de 1990 impediu Arjun Appadurai de afirmar que “a própria época do Estado-nação está próxima do fim” (APPADURAI, 1996, p. 19). Esse prognóstico não se concretizou e não há hoje evidência que sustente dizer que não mais vivemos ou estamos em via de não mais viver em Estados-nação. Em verdade, a sociedade global

tampouco se realizou e muito menos se sobrepôs à nação. Não vivemos em uma sociedade global no sentido em que vivíamos em uma sociedade nacional, ou seja, não somos regulados por um Estado global, não compartilhamos uma cultura global, no sentido em que esses existem nacionalmente, etc. (FEATHERSTONE, 1999, p. 7). De qualquer forma, as análises perceberam que a globalização traz novidades centrais para pensarmos o Estado-nação. Quero tratar de uma dessas novidades: a relação entre Estado e nação, ou seja, do hífen propriamente. Vou afirmar que sua desestabilização permite que cada elemento do composto atue de forma relativamente autônoma do outro elemento. Quero, assim, investigar como um corpo simbólico ordenado como nacional opera na globalização e qual a relação que o Estado mantém com ele. O Estado é aqui operado a partir do movimento em se reassociar com a nação no momento em que o hífen se desestabiliza.

Um conceito que buscou dar conta da presença do Estado-nação na globalização foi o de modernidade-mundo, articulado por autores como Jean Chesneaux (1996), Renato Ortiz (2003), Anthony Giddens (1991). A intenção central dessa articulação é perceber que o processo de globalização não se dá apenas pelas rupturas com o passado, mas também pela expansão geográfica dos elementos presentes na primeira modernidade. Ortiz argumenta que a modernidade se define pela ideia do desenraizamento, um processo que retira objetos de seus lugares de origem. O exemplo do alimento é bastante pertinente, pois se nota como a modernidade – pela industrialização das práticas alimentares – desenraiza os alimentos e as práticas alimentares dos lugares em que eles tradicionalmente se vinculavam e os tornam disponíveis em um outro espaço. Dessa forma, a definição de origem de um alimento passa a se dar muito mais por uma questão simbólica do que por vinculações geográficas; afinal, chamar de japonesa uma culinária nada tem a ver com o lugar em que determinado alimento é produzido. Na modernidade, assim, produtos e práticas alimentares se desvinculam de seus lugares de origem e encontram outros espaços para se reterritorializarem.

O Estado-nação se torna um desses espaços. Isso é dizer que o desenraizamento da modernidade encontra no Estado-nação um espaço de reterritorialização. Sabemos que as línguas nacionais surgiram, em geral, a partir de línguas localizadas, seja em uma região (como o florentino), seja em uma classe social (como o francês). Contudo, a modernidade desenraiza a língua de seu espaço e a coloca em outro, o Estado-nação. Renato Ortiz nota que nesse sentido a globalização é a continuidade, em outros termos, desse processo, pois justamente desenraiza elementos vinculados a certos espaços (nacionais, infra-nacionais) e os colocam em um espaço ainda não conhecido: o mundo (ORTIZ, 2003). O mundo, nesse sentido, deixa de ser um astro, um mero objeto físico, e se torna um espaço onde se dão as relações sociais (IANNI, 2006, p. 13). Importante para o argumento é que da mesma maneira que os processos de desenraizamento da modernidade levam para o Estado-nação elementos que estavam vinculados a locais, a modernidade-mundo leva para o globo elementos que estavam vinculados ao Estado-nação. Dessa forma, longe de desaparecer, o Estado-nação está operante, mas em um outro contexto, atravessado pela globalização.

A questão se torna, então, pensar a forma de operação do Estado-nação na globalização. Um conceito de Saskia Sassen surge justamente no intuito de pensar essa operação. Como os autores que se dedicaram à modernidade-mundo, Sassen reconhece que a globalização ao mesmo tempo em que modifica o Estado-nação, não o anula. Assim, segundo ela, não há de se falar em era pós- ou não-nacional. Isso porque uma boa parte dos processos de globalização não se refere à criação de novos elementos não imagináveis no momento da consolidação dos Estados-nação, mas sim à transformação dos elementos presentes no Estado-nação. O conceito de desnacionalização busca dar conta de que a globalização também deve ser entendida como um processo conectado com elementos construídos como nacionais, mas que passam a se orientarem para o globo. Em suas palavras: “com desnacionalização eu busco capturar algo que permanece conectado ao nacional, como historicamente construído, e é de fato imbricado profundamente nele,

mas o é em termos historicamente novos de engajamento” (SASSEN, 2006, p. 306). Os novos engajamentos se referem aqueles não ancorados na nação, o que leva o Estado agora a empreender processos de desnacionalização de suas funções, invertendo uma lógica histórica que se voltou, justamente, à nacionalização dos elementos vinculados ao Estado-nação. Volto a isso logo adiante.

A noção de desnacionalização, dessa forma, recoloca o Estado e a nação como elementos produtivos – e não refratários – da globalização, contudo não mais em um mesmo conjunto como antes. No entanto, é um conceito de um lado só, pois observa o processo a partir do ponto de vista do Estado. Ou seja, desnacionalização é um conceito competente para observar a operação do Estado que se disjunta da nação, mas não o contrário. Ao lado de desnacionalização deve-se observar o processo de desestatização. Com essa ideia não me refiro a seu sentido comum, relacionado à privatização ou desmonte das funções estatais, mas a um processo no qual a nação se desvincula do Estado-nação e passa a operar em uma orientação global, ainda que a partir de bases do próprio Estado-nação. Desnacionalização e desestatização não se anulam, ao contrário, se complementam. Demonstram que Estado e nação são elementos constitutivos da globalização ao mesmo tempo em que o hífen que os unia se torna instável.

Estado-nação: a instabilidade do hífen

A instabilidade do hífen pode ser observada no fato de que as diversas formas de operação entre Estado e nação não mais coincidem. O Estado moderno se consolida ao nacionalizar elementos antes não nacionais e ao criar outros já como nacionais. Economia nacional, governo nacional, exército nacional, moeda nacional, cultura nacional, identidade nacional, cidadania e direitos nacionais são todos ordenados em torno da noção de que a referência espacial e simbólica do Estado moderno era a nação. Lembremos que, segundo a definição de Benedict Anderson, a nação não é apenas uma “comunidade

política imaginada”, mas “imaginada como ao mesmo tempo limitada e soberana” (ANDERSON, 1991, p. 7). O que vemos hoje são diversas formas de descompasso entre Estado e nação que desafia o limite do Estado e da nação. Como argumentarei a seguir, isso significa dizer que na globalização tanto Estado quanto nação ganham em importância, mas mudam sua relação; um se descola do outro e ambos se inserem em outras dinâmicas trazidas pela globalização.

Meu objetivo não se volta às formas de operação do Estado desvinculado da nação, mas, ao contrário, às formas do Estado de se reassociar com a nação. Para tanto, dirijo agora meu olhar para as formas de operação da nação desvinculada do Estado. O caso da identidade nacional me interessa em especial aqui. Desde os primeiros nacionalistas pré-românticos a ideia de nação se referia à união entre povo e uma identidade nacional. A noção de unidade era central e se revelava em Herder, que “celebrava um mundo culturalmente plural, mas não uma sociedade culturalmente plural” (PAREKH, 2000, p. 73), o que o fazia dizer que “o Estado mais natural é também um povo com um Caráter Nacional” (MINOGUE, 1970, p. 79). A predominância da unidade em termos da identidade nacional também se revelava nas ações do Estado em referência à definição de uma língua nacional em detrimento de outras faladas no mesmo território. Os esforços para unificação linguística empreendido pelos Estados-nação podem ser observados em todo lugar. No Brasil, basta lembrarmos a política linguística de Vargas que proibiu qualquer uso linguístico que não o português no espaço público (CAMPOS, 2006). Da mesma forma, o Estado assumia uma posição importante na nacionalização de símbolos culturais – tais quais música, teatro, literatura, culinária, etc. – que se tornavam elementos fundadores das identidades nacionais.

Assim, a relação do Estado-nação com a cultura pode ser tradicionalmente percebida nos processos de nacionalização dos elementos culturais. O processo de desenraizamento – como visto acima em relação à modernidade – aqui se recoloca e alguns elementos culturais que se relacionavam a grupos ou regiões específicos se tornam nacionais.

O caso do samba no Brasil é exemplar. Na década de 1930, essa música deixa de ser vista como ligada a grupos negros do centro do Rio de Janeiro e se nacionaliza, tornando-se elemento da identidade nacional, passando a “significar’ a própria ideia de brasilidade” (NAPOLITANO, 2007, p. 23). Neste sentido, o lugar do samba muda de espaço, habita agora a nação. Mas o processo de nacionalização dos elementos culturais também operava em outra via. Aquilo que era estrangeiro devia ser nacionalizado. Dessa forma, no campo da gastronomia, era comum no fim do século XIX o apelo de intelectuais para que se trocassem os ingredientes franceses por brasileiros na culinária, nacionalizando, assim, as receitas estrangeiras¹². Assim como a polca na década de 1930 ou o jazz na de 1960, que se nacionalizam no samba de par enlaçado e na bossa nova, a cozinha francesa podia ser nacionalizada no Brasil, desde que seus ingredientes fossem substituídos por correspondentes brasileiros. Os elementos que não passavam por processos de nacionalização eram, então, ordenados a partir dos elementos nacionalizados, sendo não raros os esforços mesmo para excluí-los ou limitá-los. Quanto a esse ponto, lembremos as políticas protetivas que os Estados implementavam, e ainda implementam, para garantir um predomínio do conteúdo tido como nacional no espaço nacional. De cotas para filmes nacionais até cotas para músicas nacionais em rádio, as políticas se pautaram pelos mecanismos de nacionalização da cultura. No Brasil isso se torna mais claro com a formulação da típica oposição isebiana entre cultura alienada (estrangeira) e cultura autêntica (nacional), altamente influente no país da década de 1950 até ao menos a década de 1970 (ORTIZ, 1994).

Os esforços de nacionalização dos elementos culturais estão de acordo com a noção de que a cultura é um elemento central da identidade nacional, em verdade, um elemento que dela não se separa. A noção dos antropólogos culturalistas de “caráter nacional” (MEAD, 1953) representa bem a perspectiva que sobrepõe cultura nacional e

¹² Ver de Talitha Alessandra Ferreira, *Cozinhando e pensando um Brasil: reflexões acerca de possíveis e diferentes discursos voltados à construção da identidade gastronômica brasileira*, Unicamp, 2015.

identidade nacional, indicando que apenas faz parte da identidade nacional as expressões culturais que se declinam como nacionais.

Proponho pensar que essa relação que se quebra no presente. Em outras palavras, afirmo que hoje é possível se dizer que a identidade nacional não se articula somente ou mesmo prioritariamente em torno da cultura nacional. Como já afirmei em outras ocasiões (NICOLAU NETTO, 2014, 2015 2014b), com o processo de globalização se amplia o inventário de elementos culturais da identidade nacional, desvinculando essa da cultura nacional, ou seja, os elementos culturais não precisam ser simbolicamente nacionalizados para poderem ser discursados como integrantes da identidade nacional. O tema da diversidade esclarece essa questão e por ela é esclarecido. Quando um país se anuncia em eventos internacionais como o País da Diversidade, o que se faz é afirmar a identidade em torno da diversidade. Essa prática hoje é comum e surpreendentemente identidade pode se apresentar como sinônimo de diversidade. Esse diverso se refere, justamente, a outras dinâmicas culturais, que não apenas àquelas relacionadas à cultura nacional, que se tornam presentes nos discursos identitários sobre as nações. Retomo aqui um exemplo que utilizei em outro trabalho (NICOLAU NETTO, 2009) e que ilustra meu argumento. Ele é retirado do relatório final da Copa da Cultura, programa empreendido em 2006 pelo governo brasileiro (liderado pelo Ministério da Cultura) e a instituição alemã Haus der Kulturen der Welt, no intuito de promoção da cultura brasileira durante a Copa do Mundo de Futebol na Alemanha. Nesse relatório, lê-se o que o Brasil, descrito por seus promotores como o País da Diversidade, desejava promover.

Um conceito aberto de cultura: No âmbito internacional, o Brasil há muito se tornou uma marca de enorme valor positivo. [...]. Samba e futebol são os clichês da cultura brasileira. Samba e futebol são também formas através das quais a identidade da cultura brasileira e sua força integradora se mostram da maneira mais espetacular. Na realidade, porém, o Brasil é um continente de enorme diversidade cultural, com influências indígenas, africanas, europeias, do oeste asiático e norte-americanas

que não só se misturam, mas que também coexistem: a arte experimental contemporânea vive um momento de ruptura explosiva nos grandes centros urbanos, ao mesmo tempo em que as formas rituais da tradição continuam existindo naturalmente, como parte da sociedade moderna (PASCHOAL; ODENTHAL, 2006).

O que se nota é que elementos tradicionalmente estranhos à cultura nacional (no caso a brasileira) deixam de ser estranhos à identidade nacional; ao contrário, se tornam seus elementos próprios. Evidentemente, como disse anteriormente, não é novidade que um elemento estranho se torne parte da identidade nacional, mas tradicionalmente isso se dava por um processo de nacionalização desse elemento. Ou seja, ele precisava se tornar brasileiro, como o jazz na bossa-nova ou a polca no samba. Hoje isso não se dá. O elemento estrangeiro pode se manter estrangeiro e ainda assim ser integrante da identidade nacional. O processo de nacionalização dos elementos culturais que funda a identidade nacional não é mais necessário. É preciso dizer mais: o que mais se nota é justamente um processo de desnacionalização desses elementos. Assim, a cultura caipira, a cultura pernambucana ou mesmo a cultura negra, que pode ser relacionada ao samba, se desnacionalizam e não são pensadas apenas como culturas brasileiras, mas como culturas pertencentes a grupos específicos, cujas relações podem ser transnacionais. Lembremos que hoje a cultura negra talvez seja vista mais como parte de uma cultura da diáspora negra do que das culturas nacionais (GILROY, 2007). Nem por isso deixa de fazer parte das identidades nacionais. Do mesmo modo, a cultura caipira não precisa ser brasileira, talvez nem deva ser, para ser parte da identidade nacional (MIRA, 2014).

Tampouco o *hip-hop* ou o *funk* precisam ser brasileiros para serem elementos tão relevantes para a afirmação da identidade nacional quanto aqueles que ainda centralmente se discursam como elementos da cultura nacional.

Essa reflexão pode ser expandida para outra esfera que se refere diretamente à relação entre Estado e nação. Hoje um contingente bastante significativo de habitantes de um Estado não compartilha com

este sua relação com a nação. Lembremos aqui os imigrantes, especialmente aqueles relacionados às migrações dos anos 1970 a 2000 para Europa e Estados Unidos. Certamente seus descendentes estão vinculados aos Estados aos quais emigraram: os argelinos ao Estado francês, os turcos ao Estado alemão, os latinos ao Estado norte-americano, os caribenhos ao Estado inglês, etc. Eles são regidos pelas leis desses Estados, muitas vezes lutam para terem reconhecidas suas cidadanias por esses Estados. Contudo, muitas vezes não lutam para serem reconhecidos como nacionais desses Estados-nação. São cidadãos (ou lutam para ser) do Estado francês, mas o fazem enquanto argelinos, etc. O mesmo pode ser pensado em relação a povos integrados ao Estado-nação, mas que hoje demandam o reconhecimento de suas identidades específicas. Os indígenas – do Brasil, dos Estados Unidos, da Noruega, da Bolívia etc. – tanto quanto os quebequenses no Canadá, os catalães, os bascos e os galegos na Espanha, os zulus na África do Sul, os aborígenes na Austrália, etc., demandam dos Estados nacionais o reconhecimento de suas identidades específicas, diferentes da identidade nacional do Estado-nação. Ou seja, demandam um reconhecimento de cidadania pelo Estado, mas com base em uma nacionalidade diferente daquela tradicionalmente ligada a esse Estado. O escritor munduruku Daniel Munduruku se remete a essa questão ao afirmar que “é importante que a gente reafirme de onde é que vem o que a gente escreve. Senão, sempre vai dar a impressão de que o indígena é só um brasileiro, e não é isso. O indígena não é brasileiro”. E então elabora dizendo que o indígena “é brasileiro do ponto de vista do território (...) E nós somos brasileiros, sim, mas diferenciados, e como tal queremos continuar sendo. Não queremos ser José de Alencar. Eu quero ser Daniel Munduruku. Munduruku significa dizer que eu pertença a um povo, a uma tradição, a uma trajetória de vida que é peculiar” (MUNDURUKU, 2014).

Assim, imigrantes, indígenas ou outros grupos assumem seu pertencimento a um Estado e clamam deste mesmo Estado o reconhecimento de uma nacionalidade (ou identidade) diferente daquela que se refere ao Estado-nação. E isso “não é mais visto como não patriótico”

(KYMLICKA; COHEN-ALMAGOR, 2000, p. 231). Aquilo que levou à trágica definição de judeus e romanos como párias na Europa, por exemplo – uma articulação identitária que não se subsume à nacional – hoje é prática comum. Em verdade, menos de 25% dos cidadãos sul-africanos se consideram primordialmente sul-africanos, mas se reconhecem como membro de algum grupo étnico, linguístico ou religioso, em primeiro lugar (COMAROFF; COMAROFF, 2009, p. 710).

Outro elemento de desestabilidade do hífen entre Estado e nação se refere ao fato de que eles não mais coincidem em termos espaciais. A nação se desenraíza e se expande além das fronteiras do Estado a que tradicionalmente se refere. Stuart Hall nota que hoje, “as culturas, é claro, têm seus ‘locais’. Porém, não é mais tão fácil dizer de onde elas se originam” (HALL, 2009, p. 36). Isso se dá porque as fronteiras nacionais da produção cultural não se impõem mais como antes. Mediatizadas, imagens marcadamente nacionais circulam e encenam a nação em espaços distantes do Estado-nação a que fazem referência. A imigração também leva a nação a outro lugar e ali o ritualiza. A indústria cultural é outro processo que desloca a nação para outro lugar que não o território nacional. Dessa forma, a culinária japonesa ou italiana é tanto parte dos cardápios de São Paulo ou Nova Iorque quanto de Tóquio ou de Roma. São culinárias globalizadas, mas ainda assim referidas como nacionais, levando-se, assim, a produção da nação a outros lugares. Do mesmo modo temos notícia da cultura caribenha pelo Carnaval de Notting Hill, em Londres, da cultura brasileira pelo Brazilian Day, em Nova Iorque, da dança irlandesa por um show do grupo Riverdance, em Las Vegas, etc. E não se trata de uma noção do exótico que remontaria ao século XIX¹³. Na contemporaneidade, a representação das nações não se dá pela transposição simbólica de um elemento externo (o Outro) sobre um interno (o Eu). Essa clara oposição entre interno e externo – base do discurso sobre o exótico no século XIX - não se dá mais nas mesmas bases. Na globalização o mundo se internalizou, como diz Renato Ortiz (2003), e as nações passam a ser produzidas nos mais diversos espaços

¹³ Sobre a questão do exótico na contemporaneidade, ver Nicolau Netto (2014a, 2015).

(mais uma vez, a culinária japonesa é tão do Japão quanto do Brasil, etc., embora ainda seja japonesa) tornando-se elementos comuns (embora diferenciados) do imaginário global (APPADURAI, 1996).

Ao mesmo tempo em que a articulação da nação deixa de ser dar prioritariamente no território nacional (embora ali também seja um espaço de sua articulação), agentes nacionais deixam de ter prioridade na produção da nação. Isso deve ser compreendido de duas formas. De um lado, agentes nacionais se encontram agora em um espaço no qual agentes não nacionais possuem as mesmas condições (ou, muitas vezes, condições superiores) de produção da nação. De outro lado, que mesmo os agentes nacionais ao participarem dos processos de produção da nação o fazem de forma desnacionalizada ou seja, orientada para o globo (SASSEN, 2006).

A partir do exemplo da Embratur podemos notar esse processo e, dessa forma, é oportuno voltar a ela. Lembremos, em primeiro lugar, que a marca produzida pela Embratur em 2005 foi desenvolvida a partir da visão de três grupos de entrevistados. O primeiro grupo foi formado por representantes do setor de turismo no Brasil. Os outros dois, contudo, se referem a estrangeiros: operadores de turismo brasileiros, operadores e agência de turismo de 18 outros países e turistas estrangeiros desses mesmos países, entre os quais turistas que nunca haviam visitado o Brasil (EMBRATUR, 2005). Ainda, quando monta um estande em uma feira de turismo, o que faz dezenas de vezes ao ano, a Embratur cria toda uma narrativa sobre o Brasil, definindo a nação em torno de imagens e discursos. Contudo, ela o faz com um objetivo específico, que é o aumento de venda de pacotes turísticos ao Brasil. Para tanto, seus “pontos de venda” são as operadoras e agências de turismo que se reúnem nesses estandes da Embratur para se encontrarem com outras empresas do mesmo gênero. É para essas empresas, portanto, em último nível, que a imagem do Brasil produzida pela Embratur deve servir. Uma parte dessas empresas, aqui o ponto que mais me importa, são estrangeiras. Nas feiras de turismo, sob o estande da Embratur estão cadastradas empresas brasileiras e estrangeiras, igualmente, desde

que possuam o mesmo objetivo: a venda de pacotes turísticos ao Brasil. Dessa forma, as imagens que a Embratur produz sobre o Brasil se dão no espaço global (como não poderia ser mais bem caracterizada uma feira de negócios) a partir de “visões” recolhidas em agentes nacionais e estrangeiros para benefício de agentes brasileiros e estrangeiros (que, em verdade, sequer se distinguem como tal, pois pouco importa a origem das empresas).

Neste exemplo notamos um agente nacional e estatal (Embratur) produzindo a nação no espaço global. A ação da Embratur realiza com clareza o conceito de desnacionalização de Sassen (2006). Isso porque sua ação se refere a um processo no qual um órgão do próprio Estado-nação (como é a Embratur) empreende esforços para desnacionalizar partes desse Estado a partir de instâncias e estruturas efetivamente nacionais. Assim age a Embratur ao desnacionalizar a produção da identidade nacional ao mesmo tempo em que busca ser um agente dessa produção.

Contudo, a nação nem ao menos requer a ação do Estado a que está tradicionalmente vinculada para sua produção. Empresas requerem a articulação da nação (tendo a falar alheia, mas isso hoje é difícil) para seus interesses. Exemplos sobre empresas são vários. A ligação mais recorrente se dá entre empresas nacionais e suas nações de origem, quando a imagem dessa nação parece valorizar o produto a ser vendido. Dessa forma, não é estranho que o elemento central da propaganda da Natura ou das Havaianas, fora do Brasil, sejam imagens que remetam ao Brasil. Da mesma forma, que a Volkswagen vincule, recentemente, sua imagem à Alemanha nas propagandas de automóvel (Das Auto) veiculadas no Brasil. Essas empresas articulam referências carregadas de significados e de formas de ressignificar a própria nação, que não passam pelo crivo ou sequer correspondem à visão do Estado.

Do mesmo modo, empresas transnacionais e mesmo outros Estados, sem origem na nação cuja imagem utilizam, podem buscar articular essa imagem. Na Copa do Mundo de 2014, como demonstrei em outro lugar (NICOLAU NETTO, 2017), diversas marcas fizeram uso da imagem do Brasil como promoção de seus produtos. O exemplo

maior é a própria FIFA, como se nota claramente no curto vídeo que inaugurava todas as transmissões de jogos. Nele, um menino de camisa verde e amarela chuta, a partir da favela, uma bola que sobrevoa os estádios de futebol¹⁴.

Ainda, os lugares hoje também podem se referir a nações ligadas a outros Estados como forma de promoção. Isso se nota com bastante frequência no mercado de turismo quando, por exemplo, um lugar se promove, via ação do Estado, como similar ou igual a outra nação. Mas talvez os casos mais claros são os eventos patrocinados pelo Estado que se fundam em uma imagem de nação ligada a outro Estado. Lembro aqui o “carnaval do Rio”, organizado pelo governo da província de San Luís na cidade argentina¹⁵. Em verdade, o carnaval é um dos símbolos nacionais (importante serem discursados como nacionais), ao lado da tecnologia japonesa, da pontualidade britânica, da precisão suíça, da moda francesa, do design italiano¹⁶, etc., que forma hoje o imaginário global

Temos, assim, um contexto no qual o vínculo entre nação e Estado se torna instável sem, contudo, que isso signifique seus enfraquecimentos. Dessa forma, podemos entender que hoje a nação não coincide mais com o Estado e mesmo que é produzida e articulada em espaços além e aquém do espaço nacional. Isso poderia significar um divórcio entre Estado e nação. Contudo, essa é uma conclusão apressada. O valor que a nação adquire na globalização mobiliza o Estado a buscar não apenas sua articulação como também o controle sobre as outras articulações.

¹⁴ Ver: <<https://www.youtube.com/watch?v=JP67IM1LX-M>>. Acesso em: 09 jul. 2015.

¹⁵ Ver: <<http://www.carnalvalderio.sanluis.gov.ar>>. Acesso em: 09 jul. 2015. As autoridades de San Luís usam esse evento (que, como se vê no site, consideram um “megaevento de hierarquia internacional”) como principal elemento de promoção do turismo para a cidade. Nas feiras de turismo em que participam (como observei em Madrid (Fitur), Buenos Aires (FIT) e São Paulo (WTM), em 2013), as autoridades de turismo da província se utilizam de conhecidas referências sobre o Brasil – como mulheres sambando em trajes de banho – para incômodo, inclusive, de representantes da Embratur, que buscam não mais compartilhar com essas imagens para se referirem ao Brasil.

¹⁶ Durante anos enveredei por projetos de exportação patrocinados pela APEX-Brasil. Minha esfera de ação sempre foi a música, mas mantive contato com os mais diversos projetos de exportação. É marcante como esses projetos, mais uma vez, patrocinados pelo Estado, buscam refundar a imagem do Brasil a partir, muitas vezes, do próprio apagamento do Brasil em função da valorização de aspectos ligados a outras nações.

O valor da nação

Ao mesmo tempo em que o hífen entre Estado e nação se desestabiliza, as identidades se tornam valor. Em outras palavras, as identidades não se encontram mais em um espaço dominado pela esfera política, mas atravessado por práticas e agentes do mercado. A proposta dos publicitários é clara: da mesma maneira como as marcas das empresas passam a ser quantificadas em termos de valor a partir dos anos 1980 (LURY, 2004; KLEIN, 2000), as nações também o podem. E não se diz isso metaforicamente ou por analogia. Simon Anholt publica um influente *ranking* das marcas-nação, as posicionando do primeiro ao último lugar de acordo com o valor que a elas é atribuído. Desde 2005, contudo, Anholt propôs um *ranking* a partir “da valorização financeira de 32 das marcas-nação” de sua lista. E celebra que, “pela primeira vez, se tornou possível colocar o valor do dólar nas reputações dos países no NBI [acrônimo em inglês para Índice de Marca-nação – Nation Brands Index]”. Dessa forma, ele foi capaz de dizer que a marca-nação dos EUA valia em 2004 US\$17,893 trilhões, o que significava 152% do PIB do país naquele ano. Por curiosidade, a marca-nação Brasil valia US\$181 bilhões de dólares, 30% do PIB brasileiro em 2004 (Anholt, *Competitive Identity: the new brand management of nations, cities and regions*, 2007, p. 45). Para se chegar a tais valores, os proponentes do *ranking* imaginaram que “um país não é proprietário de sua própria marca” e calcularam “quanto ele [o país] precisaria pagar para licenciá-la de um terceiro” (Anholt, *Competitive Identity: the new brand management of nations, cities and regions*, 2007, p. 44). A diferença entre Brasil e Estados Unidos é lapidar. Como uma marca empresarial, a marca-nação bem-sucedida deve exceder em valor os ativos tangíveis daquele país, traduzidos em PIB. Dessa forma, o valor da marca Brasil estar abaixo do valor de seu PIB demonstra sua fragilidade, o que faz com que esteja classificada em 22º lugar entre as marcas mais valiosas de um universo de 35 analisadas por Anholt em 2005 (Anholt, *Competitive Identity: the new brand management of nations, cities and regions*,

2007, p. 57), enquanto os EUA estão em décimo, em *ranking* liderado pelo Reino Unido.

O valor que a marca-nação adquire se relaciona a sua capacidade de entrar no mercado de consumo. Neste sentido, a marca-nação está inserida em um contexto no qual o mercado adota as identidades como forma de composição de valor de mercadorias. Isso se nota não apenas em relação à nação, mas também às etnias. No livro *Ethnicity Inc.*, John e Jean Comaroff demonstram como a “etnia está também se tornando mais corporativa, mais comodificada, mais implicada do que jamais esteve na economia do cotidiano” (COMAROFF; COMAROFF, 2009, p. 30). Dessa forma, os elementos étnicos saem dos museus etnográficos do início do século XX e se tornam presença comum nos mais diversos espaços destinados ao comércio: nos pontos turísticos, nas lojas de aeroporto, no comércio de rua, nas sofisticadas lojas de roupa de Nova Iorque, nas feiras hippies, nos discos de World Music, mas também de Shakira, Sepultura ou Madonna, nos restaurantes, nas comidas de rua, etc. De fato, o comércio que atribui valor a seus objetos com base no valor que a identidade lhe empresta se espalha por todo o mercado. A razão da valorização do comércio étnico se encontra no fato de que os símbolos étnicos e nacionais atuam como forma central da determinação do valor das mercadorias.

Lash e Urry (1994) demonstram como o aspecto estético assume cada vez mais importância na determinação do valor das mercadorias. “Na produção”, eles propõem, “o componente do design compõe um componente cada vez maior do valor das mercadorias” (p. 15). Lipovetski e Serroy vão na mesma direção, embora com desenvolvimentos bastante diferentes, ao cunharem o termo “capitalismo artista”, com o qual eles buscam afirmar que o componente central do capitalismo atual é a produção estética (LIPOVETSKY; SERROY, 2005). Não desejo entrar aqui na discussão sobre a relação entre trabalho e cultura na produção do valor. De qualquer forma, o que me importa notar é que as identidades passam a ser articuladas como esse elemento estético que se torna presente na valorização das mercadorias.

Assim, o valor das identidades é transferido para o valor das mercadorias. Dito de outra forma, as identidades se tornam elemento de atribuição de valor às mercadorias em um momento no qual tal atribuição traz como componente o aspecto estético. Isso é dizer que uma pintura wodaabe ou um artesanato baulê não teriam valor não fora o aspecto estético que lhes é vinculado pela identidade ali articulada. Diria ainda mais: se setores inteiros, como o turismo, baseiam o valor de seus produtos no elemento identitário, nota-se em outros tantos setores econômicos cada vez mais esse elemento se tornar relevante na definição de valor de suas mercadorias. Não me refiro aqui apenas a setores vinculados às chamadas indústrias criativas, como seria óbvio observar no comércio de moda, música, gastronomia, etc. Móveis, carros, joias, cosméticos, hoje em praticamente todos os produtos o elemento identitário pode estar presente como central na atribuição de seus valores.

Portanto, ao mesmo tempo em que as identidades se desenraizam e passam a habitar (e diferenciar) o imaginário global elas se tornam valorizadas, interessantes para o mercado. Esses dois processos em conjunto levam a uma disputa pelo controle dessas identidades. Pensemos, em primeiro lugar, na questão do controle a partir da dinâmica do comércio étnico, pois nos ajuda a elucidar o debate sobre a nação. Tenho por base aqui os trabalhos de Christopher Steiner (1994) e de Jean e John Comaroff (COMAROFF; COMAROFF, 2009). Neste mercado, o controle se refere a duas dinâmicas: de um lado, a produção de mecanismos que garantam aos compradores a certeza de que a identidade que dá valor à mercadoria de fato está “incorporada” a essa mercadoria; de outro os esforços dos próprios grupos étnicos em se mostrarem os reais “proprietários” dessa identidade e legítimos exploradores dela.

Começando pelo primeiro ponto, não há hoje qualquer elemento que fixe os objetos étnicos colocados no mercado a seu lugar de produção, o que significa dizer que nada garante ao comprador que, de fato, ele “compra” aquela identidade. Podemos, sem dificuldade maior, adquirir “arte africana” em qualquer grande centro urbano do mundo

tanto quanto na Costa do Marfim. De São Paulo a Florença, de Berlim a Buenos Aires são várias as lojas e mercados nos quais adquirimos objetos simbolizados como “arte africana”. Do mesmo modo, podemos enfeitar nossa vestimenta com um item comprado direto da tribo wodaabe, mas se tivermos dinheiro e “bom gosto” podemos nos vestir de wodaabe adquirindo a coleção de inverno 2015 da grife brasileira Iodice¹⁷ em um shopping paulistano. O processo de desenraizamento, visto acima, torna incerto se a mercadoria adquirida seja de fato incorporada de identidade e, portanto, corresponda ao valor a ela atribuído. Isso cria uma insegurança que o mercado tem interesse de corrigir. Para tanto, surge nesse espaço a expressão daquilo que Giddens (1991) chamou de “sistema perito”, ou seja, sistemas especializados em garantir às mercadorias suas “autenticidades”, o que é dizer, sua incorporação das identidades. O “sistema perito” se declina, neste mercado, na condição que os próprios grupos étnicos possuem em criar elementos que garantam essa incorporação. Dessa forma, de um lado esses grupos garantem que as identidades atribuídas a eles (historicamente ou por construções mais recentes) sejam controladas por eles. Esse benefício, é importante destacar, não se dá apenas no aspecto comercial. Como demonstram John e Jean Comaroff, muitos grupos étnicos se utilizam do sucesso comercial de suas identidades como forma de coesão social entre os membros do grupo, o que se transfere a ações políticas. Em outras palavras, as demandas sociais que certos grupos articulam muitas vezes têm suas chances de sucesso dadas pelo sucesso comercial que as identidades desses grupos adquirem. Não há, para os grupos étnicos, “contradição entre cultura e capitalismo” (COMAROFF; COMAROFF, 2009, p. 912). De outro lado, os consumidores se sentem seguros que aquilo que eles estão adquirindo é “autêntico”, ou seja, incorporado pela identidade do grupo étnico. Torna-se, assim, comum que mercadorias venham acompanhadas por símbolos relacionados a grupos étnicos como forma de comprovação de “autenticidade”. O exemplo dos “native alaskan”,

¹⁷ Ver: <<http://www.lilianpacce.com.br/desfiles/tribalismo-sexy-iodice/>>. Acesso em: 17 set. 2015.

que desde 1972 imprimem um símbolo em mercadorias, talvez seja apenas o primeiro¹⁸. Não é de se estranhar, então, que uma forma cada vez mais comum como atua esse sistema perito se dá na forma da propriedade intelectual (COMAROFF; COMAROFF, 2009). A partir da década de 1990, em especial, assistimos a um massivo movimento dos grupos em registrar seus elementos identitários, especialmente aqueles que são mais valorizados, através de procedimentos jurídicos.

A questão da identidade nacional traz elementos coincidentes, mas também particulares. Do mesmo modo como as etnias em geral, as identidades nacionais são incorporadas no valor das mercadorias. Elas passam a poder ser articuladas como valor-signo (BAUDRILLARD, 1996) de mercadorias, da mesma forma que as marcas dos próprios produtos. Assim, um produto ser brasileiro, japonês, etc. pode significar sua valorização ou desvalorização, da mesma forma se ele tiver um logo da Apple ou da Sony. Diferentemente, contudo, das etnias, em relação à identidade nacional não há um agente capaz de acionar um conjunto de normas para a garantia de seu controle. Não há aparato jurídico que permita qualquer agente a reclamar por propriedade intelectual sobre o uso das identidades nacionais. Sequer o Estado. Dessa forma, a marca, ou melhor, a articulação da identidade tal qual uma marca, é a forma pela qual o Estado busca a associação (ou melhor, a reassociação) com a identidade nacional. Contudo, o faz agora em um espaço marcado por regras ligadas ao mercado. Compreendamos melhor essa forma de associação.

Novos artífices e características das novas formas de associação do Estado com a nação

Entre as diversas formas atuais de associação com a nação, a marca-nação é um mecanismo típico de Estado. Isso significa dizer, de um lado, que o desenraizamento da nação privou o Estado dos mecanismos tradicionais de associação com a nação, levando essa associação a estar

¹⁸ Ver: <<https://www.eed.state.ak.us/aksca/native.html>>. Acesso em: 09 set. 2016.

disponível a diversos outros agentes (nacionais e internacionais; públicos e privados) que se encontram, sob condições assimétricas, no espaço global. De outro, que surge um novo mecanismo, de propriedade do Estado, que lhe garante seu uso exclusivo, e que lhe oferece uma forma de articulação da identidade nacional. É importante que se entenda: enquanto a identidade nacional, por si, não pode mais ser apropriada pelo Estado, a marca-nação é sua propriedade exclusiva, determinada por lei, e se torna uma forma específica de associação com essa identidade.

É necessário se compreender em que se baseia essa forma de associação com a identidade nacional, algo que, segundo uma autora da área de *branding*, na globalização “permanece um conceito relevante e poderoso” (DINNIE, 2008, p. 2437). Quero fazer isso destacando a presença de um novo artífice produtor da identidade nacional e o fundamento dessa forma de produção da identidade. Toda construção de identidade se faz pela ação de certos artífices. Em 1977, Tom Nairn (1977) lançou a tese de que nos países periféricos tendeu a surgir uma “intelligentsia do nacionalismo” que se voltou para o povo no intuito de forjar uma identidade nacional, em um movimento tipicamente romântico, em oposição às forças coloniais ou imperialistas. De formas diferentes, vários autores (SMITH, 1998; ANDERSON, 1991; GELLNER, 1983) também destacaram o papel de intelectuais nesse processo. No Brasil, este é um tema fartamente tratado em nossa bibliografia, que se ocupou em analisar especialmente os intelectuais e os artistas da década de 1930 e 1950 como artífices de nossa nacionalidade¹⁹.

Quero destacar que a forma de produção da identidade nacional, articulada em torno da ideia de uma marca-nação, revela hoje o

¹⁹ Carlos Guilherme Mota (1980) e Renato Ortiz (Ortiz, 1994 [1985]) talvez inaugurem essa tendência no Brasil, no momento em que ambos percebem a identidade como uma forma ideológica e, dessa forma, forjada por ideólogos. É preciso se destacar, contudo, que há no livro de Mota uma intenção de se buscar uma identidade não ideológica, o que demonstra que não estava em sua mira uma noção mais clara da identidade enquanto construção, mas sim uma preocupação com a “correta” construção. Por isso, o livro de Renato Ortiz, me parece, é mais decisivo neste ponto, ao dessencializar de vez a identidade. Também destaco o livro de Caio Navarro de Toledo sobre o ISEB (1997), descrito, tal qual em seu título, como uma “fábrica de cultura”. Sobre a relação entre artistas e forjamento da identidade nacional, certamente se destaca o trabalho de Marcelo Ridenti (2014).

surgimento de novos artífices da identidade nacional: os publicitários. Em primeiro lugar, é importante notar que eles, de fato, reconhecem a identidade nacional enquanto uma construção. De fato, nas palavras de uma autora da área, nessa percepção se funda a marca-nação:

O conceito, que propõe que a identidade é construída ao invés de dada, funda o paradigma da marca-nação. Enquanto não recebe dos governos carta branca para manipular a identidade nacional para fins político-partidários restritos, o conceito de identidade como sendo ao mesmo tempo dada e constantemente reconstituída implica que os governos podem tentar se aproveitar e destacar certos aspectos da identidade nacional para formar as percepções de imagem nacional. (DINNIE, *Nation Branding: concepts, issues, practice*, 2008).

Simon Anholt afirma que “identidade nacional e marca-nação são virtualmente a mesma coisa: marca-nação é a identidade nacional tornada tangível, robusta, comunicável e, sobretudo útil”. Antes de entrar nos qualificativos, importa notar a presunção da capacidade desses profissionais em “tornar” a identidade em marca, destacando justamente o papel de artífices. Contudo, são artífices de características peculiares. Os intelectuais e artistas, acima destacados, produziam a identidade nacional enquanto nacionais, legitimando, tanto seu interesse quanto sua condição de artífice, na suposta identificação que teriam com o povo com o qual compartilhavam uma mesma “comunidade imaginada”. Dessa forma, esses artífices eram exclusivamente artífices de uma nação com a qual possuíam um vínculo profundo.

Os artífices publicitários, ao contrário, são no mais das vezes estrangeiros e de modo algum exclusivos: ao contrário, quanto maior o número de nações em que operam mais valorizados são. Em verdade, a legitimidade de seus trabalhos não vem de um vínculo profundo com uma nação, mas de um vínculo com um mercado global de símbolos, onde agora a nação também opera. Em outras palavras, o conhecimento que eles dizem possuir e que são capazes de vender para governos é da nação inserida na globalização, da nação, portanto, desenraizada. É evidente que eles se alimentam da produção da identidade nacional

dos outros artifícios, mas seu trabalho central é moldá-la e inseri-la no mercado global de símbolos. Isso só é possível porque, com a globalização, as nações passaram a habitar um imaginário global ou, como diria Renato Ortiz (2001) inspirado por Halbwachs (2006), uma memória internacional-popular. Dessa forma, os publicitários não trabalham com algo externo (a nação do outro), mas com a nação que se internalizou nesse imaginário ou nessa memória.

Para tanto, então, como afirma Anholt acima, é preciso tornar a identidade útil. A utilidade dos elementos da identidade nacional é determinada pela capacidade desses em tornar a nação mais valiosa no mercado global símbolos (tal qual a marca de uma empresa), tendo como objetivo a atração de maior grau de investimento ao país e um maior valor agregado aos produtos e serviços exportados por esse país. Dessa forma, são especialmente relevantes os elementos da identidade nacional que interessam para os consumidores. Tanto é assim que o *ranking* que Simon Anholt organiza com uma das maiores empresas de pesquisa do mundo, GFK, que propõe em que posição as marcas-nação estão em comparação com outras, é baseado em procedimento no qual, a cada três meses, se usa uma amostra dos 5 milhões de consumidores no painel online por todo mundo feito pela Global Market Insite, em Seattle, e segue suas percepções dos recursos culturais, políticos comerciais e humanos, do potencial de investimento e do apelo turístico de 36 países desenvolvidos e em desenvolvimento (ANHOLT, 2007, p. 43).

Dessa forma, como demonstra Melissa Aronczyk, o uso de uma marca por países se volta para “promover as características territoriais e essenciais de uma determinada identidade nacional enquanto assinala que o Estado está pronto para dar conta das livres necessidades do capital corporativo internacional” (ARONCZYK, 2014, p. 5). Nesse sentido, as identidades nacionais passam a ser produzidas tendo em vista os elementos que interessam ao mercado. Aquilo que não é interessante deve ser excluído; o que é, ressaltado. Para termos uma ideia do que isso significa, Wally Olins escreve que o Brasil é um país “associado com carnaval, samba, tropical, fruta, turismo, futebol e instabilidade financeira”,

algo que impediria seu desenvolvimento. Contudo, ele continua, o país “é a oitava maior economia do mundo. (...). Então, o Brasil precisa de uma imagem que permita seu potencial industrial ser tratado com o mesmo respeito que sua habilidade de dar aos turistas prazer” (OLINS, 1999, p. 13). Se, portanto, é a relação de utilidade da identidade nacional em competir em um mercado global de símbolos que define o trabalho de artífice dos publicitários, é importante compreender, como faço mais longamente em outro lugar (NICOLAU NETTO, 2016), que se o discurso dos publicitários se baseia em uma gramática própria do mercado, suas intenções tem alcance mais amplo. Em verdade, a crença dos publicitários no mercado lhes permite afirmar que a marca-nação tem, ao cabo, uma função totalizadora.

Eu sempre defendi que a visão do mundo baseada no mercado, na qual a teoria da Identidade Competitiva é amplamente predicada, é um modelo inerentemente pacífico e humanístico para as relações entre nações. É baseada em competição, escolha do consumidor e poder do consumidor; e esses conceitos estão intimamente ligados à liberdade e poder do indivíduo. Por essa razão, parece muito mais provável em resultar em duradoura paz mundial do que um estadismo baseado no território, poder econômico, ideologias, políticas ou religião. (ANHOLT, 2007, p. 125).

Essa noção totalizadora do mercado, expressa na ideologia dos publicitários artífices das marcas-nação também aparece na proposta de que a marca, muito embora embasada em um discurso de marca, seja única. Ocorre que se a nação deve ser significada de acordo com os interesses do mercado global e se esse mercado é fragmentado em diversos setores econômicos, a formação de uma imagem, de uma marca, é em si um contrassenso. Anholt está ciente disso e insiste que a marca-nação só tem eficiência quando garantida pelos principais *stakeholders* (um termo que substitui, muitas vezes, cidadãos nesses textos). Em suas palavras, a “harmonia entre todas as empresas do país e organizações e pessoas que fazem negócio e vendem produtos e serviços é uma parte importante do processo de construção da Identidade Competitiva” (ANHOLT, 2007, p. 31). Outros autores da área afirmam algo na mesma linha:

Mais importante, *nation branding* é sobre a alma do país. Todos os *stakeholders*, de políticos a cidadãos, negócios e organizações de arte, escritórios de turismo e agências de desenvolvimento econômico, devem estar envolvidos desde o início. Sem que eles comprem a ideia e sem seu apoio entusiástico, é improvável que o país aumente seu peso no cenário internacional. Todos devem ser encorajados a reconhecer a contribuição que uma brand nacional unificada pode fazer para a competitividade internacional do país. (MOILANEN; RAINISTO, 2009, p. 52).

A harmonia de um, o apoio entusiástico dos outros devem ser traduzidos, na verdade, como a disputa pela norma. Dá-se como Bourdieu (2004) pensou para outros objetos: o poder simbólico da representação da nação é disputado em um campo, formado por regras específicas. Na construção da identidade nacional, cada vez mais voltada para sua “utilidade” no mercado global, os agentes que operam nesse mercado se encontram em disputa pelas definições dessa identidade. A disputa é velada justamente pela crença no livre mercado, que leva ao compartilhamento de uma ideologia segundo a qual haveria uma razão intrínseca a esse mercado que só poderia levar à harmonia e à justiça²⁰.

Contudo, a existência da disputa, típica do mercado e não contrária à sua lógica, é percebida no fato de que, em verdade, raramente se formam marcas-nações estáveis. A efemeridade as define. A brasileira, proposta pela Embratur em 2005, foi renegada em 2010 pela APEX-Brasil – Agência de Promoção de Exportações e Investimentos do Brasil, pois não representaria, adequadamente, os produtos brasileiros. É muito “alegre”²¹, como disse em entrevista um representante dessa agência. Da mesma forma, a Secom – Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, que apoiou a empreitada da Embratur em 2005, hoje não reconhece a marca como marca do país²².

²⁰ Este argumento repete algo que Jessé Souza (2009) pensou como característica da sociedade brasileira. No caso, contudo, se nota que a noção no mercado infalível contraposto ao Estado ineficiente se torna uma crença global, ao menos de certos setores sociais.

²¹ Entrevista na sede da APEX-Brasil, em Brasília, em 11/02/2015. A APEX-Brasil é a agência governamental cujo objetivo é alavancar a exportação de produtos e serviços brasileiros e atrair investidores ao país.

²² Segundo entrevista com gerente internacional da Secom, ocorrida na secretaria, em Brasília, em 12/02/2015.

A APEX-Brasil, que fora patrocinadora da Copa do Mundo de 2014, lançou na oportunidade uma marca que, pensava, representaria melhor o Brasil. A marca se chamava Brasil Beyond e era essa que podia ser vista nos estádios do torneio²³. Nota-se, assim, que não é o estudo de uma marca-nação em si que importa, uma vez que (ao contrário de outros símbolos nacionais, como a bandeira ou o hino) essa é efêmera e não é única, estando inserida em disputas como outras marcas similares. O que importa é perceber justamente como a marca-nação nos revela novas formas de relação entre Estado e nação e novas formas de produção da nação, que exige que desloquemos nosso olhar para o processo da globalização.

Conclusão

Não há nada de novo em se dizer que a identidade nacional se constrói não apenas por agentes nacionais. Em verdade, basta pensarmos na importância dos viajantes estrangeiros para autores como Oliveira Vianna, Sérgio Buarque de Holanda e Gilberto Freyre para notarmos a importância dessa visão de “fora” para a própria visão que se tem de dentro. Também não há novidade em se dizer que a construção da identidade nacional não se dá apenas pelo Estado-nação. Aqueles viajantes, tanto quanto os escritores citados, não possuíam exatamente um caráter de representantes estatais.

Há outras grandes novidades que devem ter ficado claras nesse texto, contudo. Em primeiro lugar, que a identidade nacional passa a ser construída em espaços externos ao espaço nacional até mesmo por agentes nacionais. Essa é a noção central de desnacionalização que

²³ Ver: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/noticias/2014/3/14/BrasiBeyond-a-nova-marca-do-Pais.html>>. Acesso em: 09 jul. 2015. Aparentemente por motivos de cortes de recursos, a marca foi abandonada ainda em 2015. É importante destacar que a Embratur continua chamando sua marca de marca Brasil, como se vê na recente notícia sobre o uso da marca nos aviões da companhia aérea Gol (<http://www.mercadoeventos.com.br/site/noticias/view/119657/marca-brasil-sera-estampada-em-aeronaves-da-gol>). Acesso em: 19 jul. 2015). Em entrevista que fiz com representantes da Embratur responsáveis pela marca (Brasília, 10/02/2015) foi afirmado o desejo de que essa marca seja, mais uma vez, assumida como a marca Brasil por outros órgãos de governo e por empresas.

estou usando. Quando a Embratur, a APEX-Brasil – agentes nacionais, certamente –, operam suas estratégias de definição de imagens do Brasil o fazem orientadas para fora da nação brasileira. Suas intenções se referem ao mercado global. Em segundo lugar, esses agentes nacionais, ligados ou não ao Estado, disputam em espaços transnacionais, infranacionais e em outros espaços nacionais a operação da identidade nacional com outros agentes, também nela interessados. Isso cria uma dificuldade cada vez maior para os agentes nacionais em terem controle sobre essa construção. Tal dificuldade se encontra de forma tensa com o fato de que as identidades entram em relações comerciais, antes a elas alheias. Ou seja, tanto as empresas (nacionais, como Havaianas, estrangeiras como Adidas, em relação ao Brasil), quanto os grupos étnicos, quanto os Estados nacionais buscam a construção e, mais importante, o controle dessa construção, das identidades. Para empresas, importa a venda de produtos valorizados por sua conexão com uma identidade em si valorizada. Para os grupos étnicos e para os Estados, a identidade importa como forma de atração de divisas internacionais, turistas, megaeventos esportivos, etc. Não é só isso, evidentemente. O caráter político das identidades não desaparece, mas tampouco se diferencia claramente do caráter econômico.

As marcas-lugar representam justamente a intenção do Estado em buscar o controle e a construção das identidades de maneira orientada para o espaço global e de forma altamente relacionada ao mercado. É preciso deixar claro: marca-lugar é um elemento de um processo que mesmo em lugares que não a desenvolvem (ou se desenvolvem, não o fazem com sucesso), e mesmo na ausência dos publicitários²⁴, está dado. É por isso que essas marcas e os projetos de *marketing* que as embasam se tornam críveis na contemporaneidade. A competição do Estado no

²⁴ É importante ressaltar a relação das pessoas ligadas aos órgãos de governo e os publicitários responsáveis pelo *marketing* dos lugares. Não apenas esses publicitários são constantemente citados como referência dos trabalhos que representantes de governo desenvolvem (certamente Anholt é o mais citado), mas também há uma frequente menção a relações próximas entre ambos, como é o caso de Sanovicz e Chias. Isso demonstra que a circulação das ideias dos publicitários encontra um pouso direto nos órgãos governamentais. Não se trata, portanto, de algo abstrato e distante, mas de uma lógica intrínseca à administração pública atual.

cenário global, em que hoje ele se insere, se desloca do próprio Estado e vai para nação, elemento com o qual ele precisa se associar. Lembremos que nas Expos Mundiais, os países centrais não representavam suas identidades, mas os alcances de seus Estados. Dessa forma, a cultura propriamente dita estava presente nos pavilhões das colônias ou de países periféricos, como o império Otomano (em seu último suspiro, nesse momento) e o Egito. Em relação à França, Inglaterra, Estados Unidos, a demonstração desses países nas Expos se dava em torno dos alcances tecnológicos e coloniais. A cultura aparecia, mas a cultura do outro, a cultura conquistada (ÇELIK, 1992). A competição se dava nesse nível, enquanto hoje cada vez mais a cultura se torna um elemento central nessa competição (ARONCZYK, 2014). A articulação da marca-lugar demonstra justamente isso: uma forma de inserção dos países em um ambiente altamente competitivo através da articulação e valorização de seus aspectos culturais (reconstruídos, em termos mercadológicos, justamente para esse fim). As identidades, dessa forma, se transferem de mãos. São, cada vez mais, artífices transnacionais que as constroem, determinando suas próprias regras de construção. O Estado, para participar desse processo, compartilha dessas regras, ao mesmo tempo em que as legitima.

CAPÍTULO 8

SIMBÓLICO E MERCADORIA: O CONSUMO CULTURAL-DIGITAL DAS FAMÍLIAS BRASILEIRAS

Elder Maia Alves

No decurso dos anos de 2016, 2017 e 2018, mediante a técnica da mineração de dados, formulamos a seguinte hipótese: os mercados culturais globais estão experimentando um intenso processo de *digitalização do simbólico* (ALVES, 2016, 2017). O processo de *digitalização do simbólico* ganhou terreno à medida que quatro processos conjugados assumiram regularidade global: 1) a consolidação do processo de integração digital, ancorado na condensação de diferentes linguagens, mídias e tecnologias em um único suporte, o telefone celular móvel – o smartphone; 2) a ampliação vertiginosa do uso desse mesmo suporte digital móvel; 3) o advento dos modelos de negócios ancorado na tecnologia de *streaming*, que consiste na compra de conteúdo online (livros, filmes, séries, games, músicas, etc.) mediante o pagamento regular de mensalidades, cuja consolidação somete passou a existir através do intenso aumento da velocidade da internet e do advento da computação em nuvem, que torna possível o armazenamento e a transmissão instantânea de filmes, músicas, séries, games e demais conteúdos; 4) a difusão da chamada internet 2.0, fase de expansão da internet na qual os próprios usuários produzem, circulam/distribuem e consomem a maioria dos conteúdos criados (notícias, imagens, textos, vídeos, etc.).

Os quatro processos descritos compõem um amálgama que evidencia a seguinte inflexão: o consumo simbólico-cultural se encaminha para a prática de fruição dos serviços culturais-digitais. Esses serviços consistem na compra de conteúdos de arte, cultura e entretenimento ofertados por meio de plataformas digitais especializadas das principais

companhias globais de tecnologia digital, como o Google, Facebook, Amazon, Apple, Microsoft, Netflix, Deezer e Spotify. Esse gigantesco deslocamento tem alterado a estrutura dos orçamentos familiares destinados à compra dos bens, serviços e atividades culturais. Em outra oportunidade (ALVES, 2018), sugerimos essa pista para demonstrar a ineficácia metodológica utilizada há quase uma década pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Em 2009, o IBGE calculou os gastos orçamentares médios das famílias brasileiras com cultura, chegando-se ao percentual de 5,0%. Significa que, àquela altura, as famílias brasileiras gastavam 5,0% do seu orçamento mensal com atividades, bens e serviços culturais (POF/IBGE, 2009). Na ocasião, o IBGE advertiu que, caso os serviços de comunicação fossem inseridos nesse cálculo, os dispêndios orçamentários das famílias brasileiras com cultura alcançariam 8,6% do seu orçamento. Ora, tendo em vista que os dispositivos digitais móveis (especialmente os smartphones) tornaram-se muito mais unidades de consumo de conteúdos de arte, cultura e entretenimento, e muito menos aparelhos utilizados para práticas de comunicação mediadas, como as chamadas telefônicas, então se justifica a inserção dos serviços de comunicação no computo dos dispêndios orçamentários com cultura, no Brasil e no mundo. Mas será que essa assertiva pode ser sustentada mediante a depuração, o esquadrinhamento e o cruzamento de diferentes bancos de dados, que, em conjunto, permitam a adoção de tal metodologia de cálculo? E por que as famílias figuram no centro dessa hipótese?

As famílias ocupam o centro dinâmico dos mercados culturais, que estão se tornando, cada vez mais, mercados culturais-digitais. Os mercados culturais (audiovisual, musical, editorial, artes cênicas, moda, gastronomia, artes visuais, patrimônio, arquitetura, design, entre outros) são compostos por seis agentes socioeconômicos estruturais. São eles: 1) as empresas culturais privadas especializadas; 2) os trabalhadores e profissionais da cultura; 3) as organizações e instituições governamentais e estatais; 4) os bancos comerciais privados; 5) as corporações não culturais; e 6) os consumidores e fruïdo-

res (famílias e indivíduos). Em todos os mercados culturais e globais do planeta esses agentes estruturais estabelecem interesses concorrentes, racionalidades distintas e formas específicas de acomodação. Neste trabalho objetivaremos um único mercado cultural, justamente o maior, mais complexo, diferenciado e globalizado: o mercado audiovisual. Esse mercado é composto por seis vetores distintos: 1) vídeo doméstico (CD, DVD, Blue-Ray); 2) TV aberta; 3) TV por assinatura; 4) internet (contendo variados suportes); 5) games (contendo oito ecossistemas); e 6) cinema de tela grande (cinema de shopping). O objeto deste trabalho diz respeito às interfaces entre três desses vetores – internet, TV fechada e cinema de shopping – e o consumo/gasto que as famílias brasileiras estabelecem com os mesmos.

Em face de tais aspectos, esse trabalho colocará a prova à hipótese apresentada e a recomendação que a acompanha, qual seja: é preciso incorporar, nos cálculos das contas nacionais acerca do consumo das famílias e dos seus gastos orçamentários com cultura, os serviços culturais-digitais. Para testar tal hipótese, esta investigação cruzará oito distintos bancos de dados: 1) os dados sobre a migração dos conteúdos culturais para os serviços digitais, especialmente os dados coletados junto às companhias e operadoras de telefonia móvel; 2) o anuário estatístico do cinema brasileiro, produzido pela Agência Nacional de Cinema (ANCINE); 3) o informe preliminar anual de 2017 sobre o cinema brasileiro, também produzido pela ANCINE; 4) o estudo anual sobre o emprego no setor audiovisual, também produzido pela ANCINE; 5) o estudo impacto da crise econômico nos mercados de programação e empacotamento da TV por assinatura no Brasil, produzido pela ANCINE; 6) a pesquisa nacional por amostras de domicílios acerca do acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal (PNAD/TIC/IBGE); 7) a pesquisa cultura e tecnologias no Brasil, produzida pela Organização das Nações Unidas para Ciência, Educação e Cultura (UNESCO), através do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC.BR); 8) a pesquisa nacional

sobre consumo de mídia e tempo livre, produzida pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República. Esses bancos de dados abarcam uma série histórica de dez anos, entre 2007 e 2017.

Apresentação e sustentação da hipótese: a *digitalização do simbólico* e as novas práticas de consumo e gastos das famílias

Em 2014 o consumo das famílias brasileiras apresentou um crescimento moderado, de 1,6%, registrando em 2015 uma contração bastante acentuada, - 4%. Em 2016, o recuo foi ainda maior, -4,3%, acumulando uma redução de - 8,3%. Em 2014, o Produto Interno Bruto *per capita* (PIB *per capita*) registrou uma queda de -0,4%. De acordo com o IBGE, nos anos seguintes, 2015 e 2016, o PIB *per capita* registrou um recuo de -8,5%. O consumo das famílias no Brasil apresentou um declínio em toda cesta regular de produtos, como alimentação, vestuário, transporte, moradia, etc. Mas será que o mesmo ocorreu com os bens, serviços e atividades culturais? Para responder a tal investigação, selecionamos justamente o mercado cultural-digital que dispõe do maior acervo de dados consolidados, especialmente os três vetores que mais têm impacto nos orçamentos familiares, o vetor internet, o vetor TV por assinatura e o vetor cinema de shopping.

Embora o consumo das famílias e a renda *per capita* tenham registrado acentuadas quedas nos anos de 2014, 2015 e 2016, esses foram justamente os anos em que se constataram os maiores crescimentos na venda de ingressos para os cinemas brasileiros. A venda de ingressos para os cinemas brasileiros saiu de 155,6 milhões de ingressos vendidos, em 2014, para 173 milhões de ingressos comercializados em 2015, crescimento de 17,4 milhões de ingressos em apenas um ano, o que significou uma elevação de 11%. Em 2016, o crescimento continuou, alcançando 184,3 milhões de ingressos vendidos. Embora em 2017 tenha ocorrido uma leve queda na comercialização de ingressos, recuando para 181,2 milhões de ingressos (redução de 1,7%), essa redução ainda demonstra pouco impacto diante do

acentuado arrefecimento constatado nos demais itens de consumo das famílias brasileiras.

Junto com o vetor de games, o vetor do cinema de tela grande é o vetor mais dinâmico e diferenciado dos seis vetores que compõem o mercado audiovisual global. Se o mercado do audiovisual é o maior e mais lucrativo mercado cultural do mundo, o vetor cinema de tela grande é o vértice que atrai o maior número de negócios e consumidores. Em seu interior, atuam os mesmos seis agentes estruturais descritos antes: 1) empresas culturais especializadas (pequenas, médias e grandes corporações de produção, distribuição e exibição de conteúdos cinematográficos); 2) profissionais criativos e trabalhadores da cultura (atores, roteiristas, diretores, fotógrafos, músicos e uma miríade de profissionais de criação e técnicos especializados); 3) órgãos governamentais e instituições estatais de fomento, apoio e capacitação (bancos públicos, departamentos, institutos de pesquisa, universidade, etc.); 4) empresas não culturais; 5) bancos comerciais privados; 6) consumidores e fruidores de filmes nas salas de cinema.

Entre 2007 e 2017 o vetor do cinema de tela grande experimentou um crescimento exponencial no Brasil, posicionando o país como sexto principal mercado de cinema de tela grande do mundo. Em 1997 o Brasil possuía 1.033 salas de cinema, em 2017 eram 3.220, crescimento de mais de 200% em vinte anos. Do total de salas em 2017, 88,9% estavam localizadas nos shoppings centers, e 11,1% eram cinemas de rua. Em 2011, o público total de cinema no Brasil foi da ordem de 112.6 milhões, em 2017 o público total foi de 181,2 milhões, crescimento de 60% em sete anos, elevação de 8,5% ao ano. Ainda em 2009, a renda total obtida por meio da venda de ingressos nos cinemas brasileiros foi de R\$ 969.7 milhões, em 2017 a renda alcançou o montante de R\$ 2.7 bilhões. O total de títulos lançados em 2007 (incluindo documentários, animações e longas metragens brasileiros e estrangeiros) foi 307, ao passo que em 2017 foram 460 títulos.

O vetor cinema de tela grande teve todos os seus elos dinamizados e densificados, mas o crescimento maior ocorreu na cadeia de

conteúdos cinematográficos brasileiros (animação, documentários e longas-metragens). Alguns dados comprovam essa afirmação. O total de filmes brasileiros lançados em 2009 foi de 84, em 2017 foram 158, um crescimento de 90%, bastante significativo em apenas sete anos. A participação do público consumidor de filmes brasileiros oscilou entre 14,3% e 9,6%, alinhavando uma participação bastante contundente nos anos de em 2010 (19,1%), 2013 (18,6%) e 2016 (16,5%), perfazendo uma média de participação de 14.05%. A princípio, parece um percentual pífio, mas, a rigor, como demonstramos em outra oportunidade (ALVES, 2017), há uma competição atroz por parte dos grandes conglomerados norte-americanos pelo domínio dos mercados nacionais emergentes, como o brasileiro. Por exemplo, no elo distribuição, em 2010, 82% dos conteúdos brasileiros (longas metragens de ficção, animação e documentários) foram distribuídos por estúdios norte americanos, como Disney e Foz. Esse percentual se inverteu inteiramente em 2017, as empresas nacionais de distribuição, como a Paris Filmes, distribuíram 86% dos conteúdos nacionais. Esses resultados somente foram alcançados devido ao impacto dos recursos financeiros disponibilizados pelo Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) para as empresas brasileiras de produção, distribuição e exibição, que, paulatinamente, converteu a ANCINE e o BNDES, principal gestor financeiro do FSA, em verdadeiros *agentes estatais de mercado* (ALVES, 2017). No entanto, o aspecto mais contundente foi a elevação geral na venda de ingressos.

Se a venda de ingressos cresceu no vetor cinema de shopping entre os anos de 2014 e 2017, anos de recuo acentuado do consumo das famílias brasileiras, qual foi a direção dos gastos e do consumo das famílias nos outros dois vetores aqui objetivados, a internet e a TV por assinatura? Para responder a essa indagação é preciso operar um duplo movimento: a) observar a figuração que compõe a rede de mercados culturais globais e nacionais – figuração que definimos de *capitalismo cultural-digital* (ALVES, 2016, 2017) – e então explorar as especificidades dos vetores internet, cinema de shopping e TV por assinatura. O processo de *digitalização do simbólico* e as suas diversas interfaces

tecnológicas, criativas, corporativas e econômicas corresponde a condição de possibilidade para a expansão e consolidação do *capitalismo cultural-digital* (ALVES, 2017). O *capitalismo cultural-digital* é composto por diversos mercados culturais-digitais globais, interdependentes e concorrentes entre si. Há três aspectos estruturais que diferenciam os mercados culturais-digitais contemporâneos: i) o grau de inovação tecnológica, ii) o grau de digitalização e iii) o grau de convergência digital.

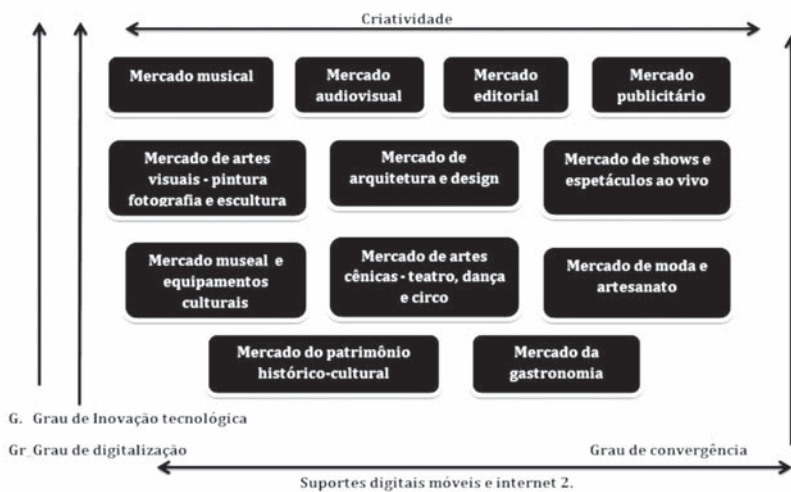


Figura 1: Composição do capitalismo cultural-digital: variáveis do processo de digitalização do simbólico.
Fonte: Próprio Autor.

Os mercados culturais possuem estágios muito distintos de digitalização. Os quatro mercados culturais-digitais localizados no topo da Figura 1 (audiovisual, musical, editorial e publicitário) são os que possuem o maior grau de inovação tecnológica, maior grau digitalização e o maior grau convergência digital. Significa dizer que são os mercados que estão passando por uma intensa transição digital e, por conseguinte, de maior penetração dos serviços culturais –digitais. Os serviços culturais estão diretamente vinculados aos fluxos digitais e ao processo de desmaterialização, assim definido pela UNESCO. A desmaterialização consiste na digitalização dos conteúdos, principalmente os conteúdos cinematográficos, musicais, editoriais e os jogos digitais. O conteúdo de

um filme consumido em uma sala de cinema em um shopping center é classificado como o consumo de um bem cultural. Já a fruição desse mesmo filme nos dispositivos digitais móveis e fixos passa a constituir o consumo de um serviço cultural.

A expansão dos serviços culturais potencializou a geração de negócios antes inexistentes há cinco anos. São negócios cujas condições de possibilidades surgiram em meio ao processo de *digitalização do simbólico* e integração do *capitalismo cultural-digital*, no interior do qual as maiores companhias de tecnologia passaram a operar como produtoras, licenciadoras e distribuidoras de conteúdos artísticos, culturais e de entretenimento. Uma das empresas mais cobiçadas do mundo, a norte-americana Netflix possuía, no primeiro trimestre de 2018, 125 milhões de assinantes em todo o mundo, tornando-a a empresa de mídia mais valiosa do planeta, com valor de mercado de US\$ 172 bilhões, ao passo que a Disney, segunda maior empresa de mídia do globo, estava avaliada em US\$ 162 bilhões. A compra da Fox pela Disney, em dezembro de 2017, exemplifica bem a força econômica dos serviços culturais-digitais, bem como a definição de novas estratégias e racionalidades empresariais no âmbito do *capitalismo cultural-digital*. A Disney comprou a Fox por US\$ 54,6 bilhões, passando a controlar uma miríade de conteúdos de séries, filmes, documentários e animações, como as séries Os Vingadores, X-Men, entre outras. No entanto, com a aquisição da FOX, a Disney passou a controlar 70% do principal concorrente direto da Netflix nos Estados Unidos, o serviço de streaming Hulu, que, no final de 2017, já possuía 20 milhões de assinantes pagos fixos. Com a aquisição a Disney anunciou que pretende oferecer o serviço da Hulu em todo mundo a partir de 2019.

A receita operacional líquida da Netflix em 2014 foi de US\$ 5.5 bilhões; em 2010, quatro anos antes foi de US\$ 2.2 bilhões. Em 2014 a principal concorrente direta da Netflix, a Amazon Vídeo (com 60 milhões de assinantes mundo afora), anunciou um plano de expansão para mais de 200 países. Já o Spotify possuía, no final de 2017, uma carteira com mais de 50 milhões de assinantes, bem a frente do seu

concorrente direto, a Apple Music, que amalhava cerca de 15 milhões de assinantes (*Deezer, Digital Music Report, 2017*). O conjunto das exportações dessas companhias tornou os Estados Unidos o maior exportador de bens culturais-digitais do globo, cujo valor total, US\$ 68,6 bilhões, em 2012, foi superior ao somatório de todos os 14 maiores exportadores juntos. Os ativos financeiros (ações e receitas líquidas) das cinco maiores companhias de internet do mundo – Google, Facebook, Amazon, Apple e Microsoft – já eram suficientes, em 2013, para a aquisição dos sete maiores estúdios cinematográficos de Hollywood juntos (VOGELSTEIN, 2014). No primeiro semestre de 2018, as companhias de tecnologia e também, agora, de entretenimento, arte e cultura, que compõem a sigla GAFAM – Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft – (MARTEL, 2012) eram as principais corporações em valor de mercado do mundo.

Tabela 1: Dez maiores empresas do mundo (valor de mercado – junho de 2018).

Colocação	Corporação	Plataformas/ Serviços criados ou controlados	Setor geral de atuação	Setores específicos de atuação	Sede	Valor de mercado (US\$)
1º	Amazon	Amazon Web Services, Twist, Amazon Prime Video,	Tecnologia digital	E-commerce, nova economia digital e serviços culturais-digitais	EUA	822 bilhões
2º	Apple	Série Iphone, série Ipad, sistema operacional IOS, Apple Music.	Tecnologia digital	E-commerce, nova economia digital e serviços culturais-digitais	EUA	785 bilhões
3º	Microsoft	Skype, sistema Windows	Tecnologia digital	E-commerce, nova economia digital e serviços culturais-digitais	EUA	725 bilhões
4º	Google	Sistema de busca, Chrome, Youtube, Android, Google Maps, Gmail, Google Drive, Google Play	Tecnologia digital	E-commerce, nova economia digital e serviços culturais-digitais	EUA	693 bilhões

(continua)

(continuação)

5º	Facebook	WhatsApp, Instagram, Messenger	Tecnologia digital	E-commerce, nova economia digital e serviços culturais-digitais	EUA	688 bilhões
6º	Alphabet	Subsidiária do Google (financiadora e proprietária de Startup)	Tecnologia digital	Nova economia digital	EUA	682 bilhões
7º	Berkshire Hathaway	Controla mais de 50 empresas de seguros	Seguradora	Serviços de seguros e serviços de planos de saúde	EUA	580 bilhões
8º	Alibaba	Controla empresas de varejo on-line e pagamento digital	Tecnologia Digital	E-commerce e nova economia digital	CHINA	460 bilhões
9º	JP Morgan Chase & Co	Controladora de bancos	Bancário	Serviços financeiros	EUA	378 bilhões
10º	Johnson & Johnson	Controladora de marcas e produtos de higiene, médicos e farmacêuticos	Indústria	Indústria de produtos de higiene, médicos e farmacêuticos	EUA	344 bilhões

Fonte: Valor econômico

O caso do mercado cultural musical, situado na parte superior da Figura 1, o torna bastante heurístico para se compreender a teia de processos tecnológicos, econômicos, simbólicos e políticos que compõem o *capitalismo cultural-digital* e o consumo das famílias. Nos últimos dez anos o mercado que mais se digitalizou foi o mercado fonográfico-musical. Em 2014, 46% de toda a música consumida no planeta já foi digital, ficando os conteúdos musicais fruídos por meios de suportes físicos com outros 46% e as performances musicais ao vivo com 8%. Em 2014, a receita das empresas que oferecem os serviços musicais-digitais subiu 39% (cerca de US\$ 1,5 bilhões), contribuindo diretamente para que a esfera digital-musical alcançasse a cifra de US\$ 6,85 bilhões, ante a US\$ 4,4 bilhões em 2009 – crescimento de 56% em apenas seis

anos. Em 2016, 50% de todo rendimento do mercado fonográfico global adveio da esfera digital, tendo os suportes físicos (CDs e DVDs) sido responsáveis por 34% e as performances ao vivo representado a 14%. Como se viu por meio da Figura 1, o *capitalismo cultural-digital* abriga diversos mercados, cada um desses mercados é composto por empresas culturais específicas, instituições estatais, trabalhadores da cultura e profissionais criativos, bancos comerciais privados, empresas não-culturais e consumidores (famílias e indivíduos). O mercado global e os mercados nacionais do audiovisual figuram no centro pulsante do *capitalismo cultural-digital*. Este mercado, como descrito antes, abarca seis vetores: vídeo doméstico (DVD, CDs e Blue Ray), TV aberta, TV por assinatura, internet (diversos suportes, sendo o principal os dispositivos digitais móveis, especialmente smartphones) e cinema de shopping. No interior do vetor cinema de tela grande ou de shopping existem duas cadeias: 1) cadeia de conteúdos cinematográficos (longas-metragens, animações e documentários) estrangeira e a cadeia de conteúdos cinematográficos nacionais.

O vetor internet - os dispositivos digitais móveis e fixos

Não se pode confundir o consumo dos serviços digitais culturais das famílias com o e-commerce. A compra de conteúdos de arte, cultura e entretenimento por meio de suportes digitais (móveis e fixos) é bastante distinta da prática do e-commerce. Esse último é uma atividade que consiste na compra de toda sorte de produtos nos sites e plataformas on-line das corporações, cujo advento remonta a expansão da internet em meados da década de 1990. Também não se pode confundir as atividades de comunicação e informação realizadas no ambiente digital com os serviços culturais-digitais propriamente ditos. A rigor, o e-commerce é uma prática comercial específica realizada nas esferas da comunicação e da informação digital, bastante distinta da prática do consumo dos bens culturais e dos serviços culturais. A Figura 3 estabelece as quatro esferas que ocorrem no âmbito dos processos sociais de um

modo geral, sejam eles off-line ou on-line. É preciso assinalar, ainda, que no escopo geral do *capitalismo cultural-digital*, de seus diversos mercados, dos vetores que integram alguns desses mercados e das cadeias que existem nos limites de alguns desses vetores, existem diversas atividades e serviços de comunicação e informação, mas essas não se confundem com os conteúdos dos bens culturais (off-line) e dos serviços culturais (on-line). Embora sejam muito relevantes, essas atividades e serviços são tangenciais, não ficando sob a responsabilidade direta de um dos agentes estruturais centrais dos mercados culturais-digitais. Os conglomerados de comunicação e informação estão situados nas zonas limítrofes do capitalismo cultural-digital, compondo as redes de negócios vinculadas a economias dos serviços.

De certo, não é possível operar analiticamente com a tipologia do *capitalismo cultural-digital* sem levar em conta as estreitas interfaces com as esferas comunicacionais e informacionais. A rigor, um dos eixos decisivos do processo de *digitalização do simbólico* concerne à consolidação da internet 2.0, irrigada incessantemente pelo fluxo global de comunicações e informações que circulam e são distribuídas pelas redes sociais digitais – Facebook, Instagram, Whatsapp, Twitter, entre outros. No Brasil, por exemplo, cerca de 100 milhões de pessoas utilizavam regularmente o aplicativo de mensagens WhatsApp em 2017 (classificado também como uma rede social digital), que resultou num gasto estimado entre R\$ 12 e 28 bilhões (Convergência Digital, 2018). Desse modo, os serviços culturais e os conteúdos digitais não podem prescindir dos processos de comunicação e informação, especialmente digitais. Notadamente os conteúdos audiovisuais (séries, filmes, documentários, games e animações) têm parte dos seus conteúdos circulados e distribuídos pelas redes sociais digitais. E mais, as empresas e plataformas on-demand que operam via *streaming* (Netflix, Amazon, Disney, Spotify, Deezer, Twist, etc.) realizam grande parte das suas atividades publicitárias e das formas de indução ao consumo por meio das redes sociais digitais e, portanto, lançam mão de diversos instrumentos de comunicação e informação publicitária, principalmente por meio dos smartphones. Todavia, como

assinalado antes, as atividades de comunicação e informação não se confundem com os serviços culturais-digitaes.

Em face desses aspectos, no limite, poderíamos abarcar todas essas interfaces e suas múltiplas clivagens lançando mão do conceito/tipologia de *capitalismo cultural-digital-comunicacional-informacional*. No entanto, ao fazê-lo perderíamos determinadas especificidades, deixando escapar, com a precisão necessária, o grau de digitalização, integração digital e inovação tecnológica dos mercados culturais-digitaes, como destaca a Figura 1. Ora, mas não estamos aqui sustentando a necessidade de revisão metodológica por parte do IBGE e a necessária inserção dos serviços comunicacionais e informacionais nos gastos orçamentários das famílias brasileiras com cultura? Diante de tal imperativo metodológico, não seria esse o momento de lançar mão de uma categoria que capturasse também as esferas comunicacionais e informacionais? Sim, essa é uma possibilidade, mas, por hora, essa escolha resultaria em muitas imprecisões. Para a adoção dessa nova metodologia é preciso, antes de tudo, a realização de um mapeamento rigoroso dos mercados estritamente culturais-digitaes que compõem o *capitalismo cultural-digital*. Diante desse mapeamento empírico-descritivo, será possível incorporar itens precisos nos instrumentos de coleta da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD/IBGE) e da Pesquisa por Orçamento Familiar (POF/IBGE), tais qual o gasto orçamentário da família com o pagamento mensal de assinaturas junto à empresas/plataformas como Netflix e Spotify, e, ainda, o valor dispendido para o pagamento das mensalidades pré-pagas com a telefonia móvel e o custo dessa assinatura para o acesso a conteúdos digitaes regulares. Ou seja, nos instrumentos de coleta presentes nessas grandes amostras nacionais, os questionários tencionariam capturar tais práticas e os seus dispêndios específicos. Feito esse procedimento, teríamos muito mais clareza dos sistemas de interfaces que estamos buscando capturar aqui.

De acordo com a Pesquisa PNAD/IBGE, em 2017, 64% da população brasileira utilizava regularmente a internet. Desse contingente,

a esmagadora maioria acessa a rede mundial de computadores por meio do telefone celular, o smartphone. Em 2013, do total de usuários da internet no Brasil, 53,6% acessavam a internet através do smartphone, esse percentual subiu para 92,1% em 2015. O uso do smartphone para acessar a internet aumentou em todas as grandes regiões brasileiras entre 2013 e 2015. No final do segundo semestre de 2017 o Brasil possuía 242 milhões de linhas de celular ativas, quantidade bastante superior à população brasileira, estimada em 204 milhões àquela altura. Em 2015 o Brasil possuía a maior média global diária de horas acessando a internet por meio do PC, tablete e smartphones, cinco horas e vinte e seis minutos.

Mesmo diante da redução da renda e do recuo do consumo das famílias entre os anos de 2014 e 2016, o Brasil continuou ocupando a quarta posição entre os países que mais venderam smartphones em todo o mundo. De todo os aparelhos comercializados em 2016, 43,5 milhões foram smartphones, o que representou cerca de 90%, registrando um recuo de 7,3% no total de aparelhos vendidos em comparação com 2015. De outro lado, o último trimestre de 2016 registrou uma elevação de 16% na venda de smartphones em comparação com o mesmo período de 2015. Durante esse período foram comercializados 13,8 milhões de novos aparelhos, dos quais 12,5 milhões foram smartphones (Convergência Digital, TeleBrasil, 2018). Em 2015, do total de usuário da internet no Brasil, 53% utilizaram exclusivamente o smartphone para consumir vídeos, programas, filmes, séries, fornecidos por empresas como a norte-americana Netflix. Por sua vez, 47% dos usuários de internet no Brasil acessaram a rede, exclusivamente pelo aparelho celular, para ouvir conteúdos musicais on-line, fornecido por empresas como Deezer, Spotify e Youtube. Em 2014, do total de usuário que utilizavam exclusivamente o smartphone para acessar a internet, 57% o fez para ouvir música, em 2016 esse percentual subiu para 66%. Em 2014, esse mesmo contingente de usuários que utilizaram exclusivamente o smartphone para acessar a internet, 42% o fez para assistir a vídeos, em 2016 esse percentual aumentou para 62%, um aumento de quase 50% em apenas dois anos.

As práticas do consumo simbólico através dos serviços digitais com o uso regular do smartphone obteve crescimento em todos os segmentos e linguagens entre 2014 e 2015. De acordo com o SEBRAE, em 2014, 57% dos usuários ouviram música, ao passo que em 2015 esse percentual subiu para 63%. Em 2014, 42% assistiu a vídeos, ao passo que em 2015 esse percentual alcançou 56% dos usuários. Esses dados são confirmados por outras fontes, como a UNESCO CETIC BR, que evidenciam um crescimento significativo dos serviços de *streaming* entre 2014 e 2015. Do total de usuários de internet, em 2014 58% assistiu vídeos, filmes, séries e programas por meio do *streaming*, e 57% ouviram música também por meio desses serviços. Em 2015, esses percentuais se elevaram, alcançando 64% no primeiro item e 59% no segundo. Esses dados se invertem quando se referem aos mesmos consumos através dos serviços de download. Em 2014, 29% baixou ou fez download de filmes e 51% baixou ou fez download de músicas. Em 2015, o primeiro item recuou para 23% e o segundo item para 48% (UNESCO, 2017).

A expansão da tecnologia 3G e 4G, aliada ao aumento da conectividade e a elevação do consumo dos serviços de *streaming* por meio dos pacotes pós-pagos de telefonia, pressionaram a criação de produtos de serviços que buscam aproximar os consumidores das operadoras de telefonia móvel. De acordo com o levantamento da Convergência Digital, nos anos de 2015 e 2016 aumentou em 50% a procura por aplicativos como “Minha Oi”, “Minha Tim”, “Meu Vivo” e “Meu Claro”. Esses aplicativos integram os serviços de valor agregado, ofertados pelas operadoras de telefonia móvel e fixa através dos serviços pós-pagos. A busca por esses serviços cresceu 68% no ano de 2017 em comparação a 2016. De acordo com o Google, no seu sistema de busca a procura por planos e pacotes pós-pagos cresceu 64% entre 2016 e 2017, ao passo que a busca pelos pacotes pré-pagos cresceu apenas 22%. De acordo com o Comitê Gestor de Internet no Brasil (CGI), em 2008 apenas 8% do total de usuários de celular no Brasil possuíam pacotes de assinatura mensal pós-pagos, em 2016, oito anos depois, esse percentual subiu para 23%.

O aumento dos pacotes pós-pagos e a intensificação do consumo dos serviços culturais-digitais por parte das famílias se inscrevem no movimento mais amplo de recrudescimento e diferenciação dos usos da internet no Brasil. No entanto, esse movimento vem acompanhado da reprodução dos processos assimétricos e extremamente desiguais de distribuição dos recursos econômicos, simbólicos e educacionais existentes na sociedade brasileira. De acordo com a pesquisa encomendada pela SECOM, nada menos do que 62% dos estratos familiares que recebem entre R\$1.670 e R\$4.400 disseram acessar a internet todos os dias da semana; e 77% dos estratos familiares que recebem entre R\$4.400 e R\$8.800 disseram que também acessam a internet todos os sete dias da semana, ininterruptamente. Por outro lado, 61% do estrato com renda familiar de até R\$880 disse não acessar/navegar em dia algum. Esse percentual diminui de forma acentuada assim que se eleva a remuneração do estrato familiar. No caso dos domicílios que recebem entre R\$880 e R\$1.760, 42% disseram que não navegam/acessam de modo algum. Os não usuários, portanto, representam um contingente bastante significativo.

Perguntada sobre a intensidade do uso diário da internet, a amostra da pesquisa da SECOM evidencia novamente o destaque sobre os estratos de maior renda familiar. 29% do estrato com renda familiar entre R\$1.760 e R\$4.400 disse que acessa a internet mais de 300 minutos por dia (cinco horas); 33% do estrato familiar com renda entre R\$4.400 e R\$8.800 disse também permanecer mais de 300 minutos acessando a internet diariamente. Em 2013, 75,7% do total de usuários de internet situados na faixa etária dos 15 aos 17 anos acessavam regularmente a internet; em 2015 esse percentual subiu para 82%. Ainda em 2013, 73,8% dos usuários de internet que pertenciam a faixa etária dos 18 ou 19 anos acessavam a internet regularmente; ao passo que em 2015 esse percentual se elevou para 82,9%. Do mesmo modo, em 2013 70,5% dos usuários de internet acessavam a rede regularmente; em 2015 esse percentual subiu para 80,7%. Essas são as faixas etárias que mais acessam internet no Brasil. Aliada a varável faixa etária,

a variável escolaridade revela uma componente relevante da concentração do uso da internet e do consumo dos serviços culturais-digitais das famílias no Brasil. Em 2013, 72,8% dos usuários da internet que pertenciam ao grupo de 11 a 14 anos de estudos acessavam a internet regularmente; ao passo que em 2015 esse percentual subiu para 80,5%. Do mesmo modo, em 2013 89,8% dos usuários de internet pertencente ao grupo de estudos com mais de 15 anos de estudos acessava regularmente a internet; em 2015 esse percentual alcançou 92,3%. Todas essas variáveis são dependentes da variável renda. A variável sociológica renda é o ponto de culminância de um conjunto multifacetado de fatores, cuja gênese remonta ao que Hasenbalg definiu como *ciclo cumulativo de desvantagem* dos estratos brasileiros mais pobres, em sua maioria negra e jovem.

As variáveis renda e escolaridade são decisivas e demonstram com clareza as assimetrias entre as clivagens de classes que consomem os serviços culturais-digitais. A primeira tem sido decisiva, revelando uma elevada concentração de usuários e consumidores entre os estratos domiciliares com mais renda. Em 2013, 78,4% dos domicílios que recebiam mais de três até cinco salários mínimos acessavam regularmente a internet, esse percentual subiu para 81,9% em 2015. Também em 2013, 84,5% dos domicílios que recebiam mensalmente entre cinco e dez salários mínimos acessavam a rede regularmente, esse percentual se elevou para 88,6% em 2015. Finalmente, em 2013 89,9% dos estratos domiciliares com renda superior a dez salários mínimos acessaram regularmente a internet, percentual que se elevou para 92,1% dois anos mais tarde.

Embora exista uma severa desigualdade entre os estratos de renda quanto ao acesso regular à internet, entre os anos de 2013 e 2015 o crescimento relativo mais elevado ocorreu nos estratos domiciliares de menor renda. Em 2013, 23,9% dos estratos domiciliares sem rendimento ou com rendimento de $\frac{1}{4}$ de salário mínimo (cerca de R\$169,50), em 2015 esse percentual se elevou para 32,7%. Crescimento mais significativo ocorreu no estrato de renda domiciliar seguinte. Em 2013,

33,8% dos domicílios com renda mensal entre $\frac{1}{4}$ e $\frac{1}{2}$ salário mínimo acessou regularmente a internet, esse percentual subiu para 45,0% em 2015, um crescimento de 35% em dois anos. No estrato domiciliar seguinte, que auferir uma renda de $\frac{1}{2}$ a um salário mínimo, em 2013, 43,0% dos seus membros acessavam regularmente a internet, percentual que subiu para 54,7% em 2015.

De acordo com a Síntese de Indicadores Sociais (2017), mesmo a população brasileira mais pobre, que, por domicílio, recebe até 5,5 dólares por dia (o que corresponde a apenas R\$523,00¹ por mês.), acessava a internet regularmente por meio dos dispositivos digitais móveis, principalmente celulares. Os dados apresentados evidenciam uma severa concentração de usuários nos estratos superiores de domicílios com renda elevada. Por outro lado, mesmo os 46% dos domicílios mais pobres, que obtêm uma renda mensal de apenas R\$523,00, acessam a internet regularmente por meio dos dispositivos móveis. Estamos, pois, diante de dois movimentos, aparentemente, contraditórios. De um lado, temos uma elevada concentração, desigualdade e exclusão no uso da internet, e, de outro, tem-se uma elevação rápida do acesso por parte dos domicílios mais pobres. Podemos ousar arriscar que esse fenômeno ocorre muito em razão de dois processos. O primeiro se deve à elevada concentração de renda e imensa desigualdade brasileira, obedecendo ao padrão secular de manutenção da desigualdade socioeconômica brasileira; o segundo, ocorre muito em razão do compartilhamento dos sinais públicos e privados (estabelecimentos abertos e vizinhos) de wi-fi, que permite que os estratos pobres das periferias urbanas e dos espaços rurais acessem os conteúdos digitais (notícias, imagens, áudios, mensagens, músicas, etc.), principalmente através das redes sociais digitais. Esses estratos, no entanto, não pertencem às famílias que consomem cotidianamente os conteúdos (filmes, séries, documentários, animação, games, etc.) ofertados através dos serviços culturais-digitais especializados, por meio de assinaturas junto aos pacotes pós-pagos da telefonia móvel no âmbito do vetor internet, principalmente mediante os smartphones.

¹ De acordo com a cotação do dólar no final de fevereiro de 2018.

Vetor TV por assinatura

O vetor dos mercados audiovisual TV por assinatura foi um dos que mais cresceram no mundo em 2007 e 2017. Especialmente no Brasil esse crescimento foi exponencial. Em 2009, o Brasil possuía 7,5 milhões de assinantes de TV por assinatura, abarcando cerca de 22 milhões de pessoas, uma vez que, de acordo com o IBGE, o Brasil abriga, em média, 3 pessoas por domicílio. Seis anos depois, em 2015, o total de assinantes de TV por assinatura subiu para 19,1 milhões, alcançando 60 milhões de pessoas, cerca de 30% da população brasileira e 95% da população da França. Ou seja, em seis anos o contingente de assinaturas dobrou no Brasil. O pináculo desse crescimento ocorreu em 2015, quando a base de assinantes no Brasil alcançou 19,6 milhões de assinaturas domiciliares, alcançando quase 30 milhões de pessoas. Em razão da concentração sociohistórica das atividades econômicas, da distribuição da renda nacional e também da demasiada concentração das oportunidades profissionais, no final de 2015 a região Sudeste abrigava 42% da base geral de assinaturas.

A primeira constatação é que, até 2007 e 2008, o consumo e os gastos domiciliares das famílias brasileiras com a TV por assinatura era bastante modesto e extremamente concentrado. Quando o IBGE, através da POF, coletou os gastos orçamentares das famílias brasileiras com cultura, publicado em 2009, e chegou ao percentual de 5% da renda doméstica mensal, a espiral de crescimento do consumo cultural das famílias estava no seu início, especialmente nos vetores internet (notadamente os smartphones), TV por assinatura e cinema de tela grande. Semelhante ao que ocorreu com o vetor de cinema de tela grande, no caso do vetor TV por assinatura também ocorreu o crescimento na cadeia interna de conteúdos televisivos brasileiros. No vetor TV por assinatura também há uma clivagem interna entre a cadeia de conteúdos televisivos nacionais e estrangeiros. E também aqui ocorre uma competição encarniçada das grandes companhias, empresas e conglomerados de canais de produção e distribuição norte-americanos

pelo domínio de mercados nacionais emergentes, como o brasileiro. Mesmo com a aplicação da Lei 12.485 e dos mecanismos de cota adotados pelo governo brasileiro a partir de 2012, em 2016 90% dos conteúdos exibidos na TV por assinatura brasileira foi produzido e distribuído por empresas e canais estrangeiros, a maioria esmagadora de origem norte-americana.

Em razão da redução geral da renda e do pronunciado crescimento nas taxas de desemprego entre os anos de 2015 e 2016, e da respectiva intensificação da recessão brasileira, a TV por assinatura sofreu um recuo na sua base nacional de assinantes. Entre junho de 2015 e junho de 2016, o Brasil perdeu 700 mil assinaturas de TV por assinatura, uma redução de 3,7% na base total de assinantes.

O declínio constatado pode ser considerado modesto diante da redução geral do consumo das famílias brasileiras registrado nos anos de 2014, 2015 e 2016. Tanto é que, de acordo com o IBGE, entre junho de 2015 e junho de 2016, o volume de serviços prestados às famílias brasileiras teve uma redução geral de 5,2%, ao passo que os serviços de telecomunicações – onde se inscreve a TV por assinatura e os pacotes de telefonia pós-pagos junto às operadoras de telefonia móvel – sofreu uma redução menor, 3,2%. Diante desse aspecto, além da redução geral da renda das famílias entre 2014 e 2016, o que explica, então, a redução das assinaturas no vetor TV por assinatura? São quatro os fatores: 1) a redução ocorreu muito mais nos domicílios com rendimentos mensais baixos ou médio-baixos e muito menos nos domicílios com renda média e média alta; 2) a redução foi acomodada pelas empresas de empacotamento e distribuição (NET, SKY, entre outras), que reduziram os valores nominais cobradas pelos diferentes pacotes; 3) em face da redução da renda e também da redução dos preços dos pacotes, muitas famílias mudaram de planos e ou permaneceram em planos com novos descontos; 4) por fim, podemos assinalar, à luz dos dados mobilizados e selecionados antes, que entre 20% e 30% das famílias migraram para os serviços de acesso aos conteúdos ofertados via os serviços de *streaming*, como Netflix e Globo Play.

De acordo com a ANCINE, a maioria das operadoras e empacadoras do vetor TV por assinatura reduziram os preços dos seus pacotes básicos e prêmios, essa última modalidade oferece a maioria dos canais especializados em longas-metragens, séries, documentários e animação. De outro lado, também estenderam as possibilidades dos pacotes básicos, permitindo a utilização de novos e mais canais, como os canais de cinema. Esses aspectos resultaram muito mais numa redução dos pacotes premium e muito menos numa redução geral na base de assinantes.

Considerações finais

Diante dos dados coligidos e tratados, podemos sustentar que, de fato, a metodologia do cálculo de aferição dos gastos das famílias brasileiras com cultura deve ser alterada, reclamando uma atualização. Diante da expansão dos gastos com os pacotes de telefonia móvel, especialmente na modalidade pós-pago, que permite o consumo dos conteúdos dos serviços culturais-digitais (filmes, séries, livros, documentários, games e músicas) ofertados pelas plataformas on-demand, que mantem seus modelos de negócios ancorados na tecnologia do *streaming*, impõe-se a incorporação desses gastos na rubrica cultura, mas não com a tipologia evasiva e imprecisa de gastos orçamentários com serviços de comunicação e informação por parte das famílias. Como sustentamos, por meio da visada sociológica que perscruta e objetiva o capitalismo *cultural-digital*, é preciso tipologias conceituais claras e precisas para produzir, a partir de instrumentos claros, as métricas exatas que permitam elucidar a intensa transição que marca os mercados culturais em direção em aos mercados culturais-digitais, cada vez mais povoados pelos serviços culturais-digitais.

CAPÍTULO 9

O ÁLBUM FONOGRÁFICO ENTRE A FORMA ARTÍSTICA E A MERCADORIA

Marcia Tosta Dias

O *streaming*, modo de acesso digital aos conteúdos musicais gravados sem necessidade de download, ganha amplo espaço atualmente tanto no âmbito das práticas culturais concernentes à fonografia quanto no dos negócios da música. A possibilidade de fácil e direto contato do ouvinte com um número ampliado, e talvez nunca imaginado, de itens de música gravada realizado por meio de reprodutores como telefones celulares e computadores, com elementos marcantes, a virada trazida pelo digital a esse âmbito da produção cultural, pelo menos até o momento.

Realiza-se, nesse processo, a tendência à eliminação do suporte físico que anteriormente, via aparelho reprodutor específico, operava a mediação entre o conteúdo musical gravado e o ouvinte, ao mesmo tempo que conferia a forma cultural e artística ao registro. No ambiente do *streaming*, a materialidade primal é preservada; de um lado, no fonograma, o ponto de partida essencial cuja posição permanece tal qual, por mais que sejam transformados os modos materiais de sua produção e a maneira como é apresentado ao público. De outro, estão os indispensáveis aparelhos de conexão à web que são, ao mesmo tempo, reprodutores de som e de imagem. A faixa musical isolada, na forma de single, ou automonizada dos álbuns dos quais faziam ou ainda fazem parte, tem se mantido como o carro chefe, a unidade fundamental de comunicação (DIAS, 2012). Mesmo assim, nos últimos anos temos assistido a publicações na imprensa e nas redes sociais, de listas dos “melhores do ano” escolhidos entre milhares de álbuns. Tais listas expressam a atual complexidade das práticas e referências culturais relativas à música gravada.

Dados relativos ao ano de 2016 fornecidos pela *International Federation of the Phonographic Industry* em relatório publicado em 2017 (IFPI, 2017, p.10-12), mostram que a grande indústria fonográfica mundial, depois de mais de uma década de drástico declínio de seu lucros, vendas e participação no conjunto da produção de música gravada, apresentou 5,9% de crescimento de sua receita global (composta de venda de produtos físicos, digitais, direitos de performance e sincronização), sendo 50% referentes à fatia do mercado digital que, por sua vez, cresceu 17,7% naquele ano. Só o mercado de *streaming* cresceu 60,4%.

A mesma tendência observa-se nos dados apresentados pelo relatório de 2017 da *Worldwide Independent Network* (WIN, 2017, pp. 7-8) com relação ao conjunto da produção de gravadoras independentes associadas à instituição. Se de 2015 a 2016 o faturamento de setor cresceu 6,9% (passando de 5.6 US\$ bilhões para 6.0 US\$ bilhões), a fatia referente ao *streaming* mostrou crescimento de 80.4%.

Ainda segundo esse último relatório, as gravadoras independentes se encarregariam de 38% do mercado mundial de música, dividindo-o com os outros 62% relativos às *majors*. A cifra seria surpreendente alta não fosse a considerada turbulência que sacudiu, em vários níveis, intensidades e direções o mercado fonográfico mundial na primeira década do século XXI. O contundente e progressivo desenvolvimento tecnológico que favoreceu a oferta gratuita de milhões e milhões de faixas e álbuns fonográficos dos quatro cantos do mundo para *download*, e que abalou o poder das grandes gravadoras, revigorou a participação das independentes num cenário do qual elas sempre fizeram estruturalmente parte (DIAS, 2018; VICENTE, 2002; DE MARCHI, 2006). Visto de outra perspectiva, o movimento também potencializou, mesmo que de maneira difusa e fragmentada, a presença da música gravada no conjunto da experiência social. Artistas da música e ouvintes se aproximaram dos processos de produção e recepção musical; o manuseio das técnicas de produção, de prospecção dos conteúdos gravados disponíveis e das maneiras de colecioná-los e escutá-los, foi se integrando definitivamente

vida cotidiana (DIAS, 2010). Todos os agentes envolvidos tem vivenciado, de alguma maneira, as experiências decorrentes da passagem do suporte físico para o digital, do download para o *streaming*, da defesa da propriedade à economia do acesso (IFPI, idem: 7; VICENTE; KISCHINHEVSKY; DE MARCHI, 2016).

Ainda segundo a IFPI, em 2016 contava-se com 112 milhões de usuários pagantes (número em crescimento) em centenas de plataformas no mundo todo, disponibilizando cerca de 40 milhões de faixas musicais (IFPI, 2017, p. XX). Para além do retrato institucionalizado do fenômeno e de suas conhecidas idiossincrasias, pode-se facilmente considerar que o número de usuários de serviços de *streaming* e de outra forma de interação com a música gravada no mundo digital, seja muito maior.

Não deixa de ser surpreendente, de todo modo, o vigor com que grande parte da produção fonográfica, acumulada sobre bases técnicas, artístico-culturais e econômicas diversas, sobretudo na segunda metade do século XX, esteja convergindo massivamente para o ambiente comum das plataformas digitais, envolvendo indistintamente aqueles que se interessem por licenciar suas obras a partir de contratos e condições que são atualmente definidas em âmbito global (VICENTE et al, idem). As plataformas de *streaming* se projetam como representação idealizada da arena da livre concorrência em termos de música gravada onde, pelo menos os sistemas de busca nominal, colocariam lado a lado, como que em pé de igualdade, agentes, produtos e propostas artísticas diversos e tendencialmente desiguais.

Depois de lutarem vigorosamente contra as plataformas de acesso gratuito (desde o caso do Napster, no começo do século) de criminalizar suas atividades e se apropriarem da tecnologia inovadora produzida (DIAS, 2008), as grandes gravadoras se integram aos serviços das plataformas digitais de compartilhamento dirigidas a assinantes como sendo do tamanho dos seus sonhos. A retomada de seu crescimento econômico e a tendência à reconcentração, numa espécie de trajetória cíclica (PETERSON; BERGER, 1975), deve desapontar

autores que viam a possibilidade de crescente desmobilização do setor empresarial ligado à cultura, com a expansão das redes sociais (SILVEIRA, 2009, p. 46).

Esse conjunto de dados oferece base histórica para as questões que mobilizam o presente capítulo. Aponta para uma contradição, que tem tudo para ser apenas aparente: em meio à marcante reestruturação dos negócios, que dá visibilidade a uma parcela da produção que esteve sistematicamente distante de grandes sistemas difusores, as formas culturais e artísticas da música gravada presentes nos novos meios, permanecem praticamente as mesmas. Como formas primordiais geradas, aperfeiçoadas e preservadas ao longo da história da fonografia, o single – ou a faixa isolada, e o álbum – síntese, arranjo ou coleção de algumas delas, parecem manter-se inabaláveis como unidades elementares de todo o sistema. Como pano de fundo à discussão, figuram as seguintes questões: em que pesem as práticas culturais arraigadas e seus respectivos padrões, não seria cabível considerar que novas formas fonográficas derivassem do suporte digital? Do ponto de vista mais geral da discussão, é mesmo possível falar de formas fonográficas?

Antes de explorarmos tais questões, vale considerarmos, mesmo que em linhas gerais, outra sorte permanências que estabelecem convergências de fundo com o nosso problema central.

A análise dos números dos relatórios e das dinâmicas do grande mercado cultural, mesmo aquelas advindas das realidades locais, que acabam por oferecer subsídios para resultados globais, levam frequentemente ao exercício sociológico de questionar em que medida e de que forma, os sistemas que tais quadros retratam são vivenciados pelos agentes cujas ações lhes fornecem a base. Desde os anos 70, a partir de quando o atual processo de reestruturação capitalista tomou maior fôlego, (HARVEY, 1993; IANNI, 1992), a esfera cultural tem se “dilatado”, agregando *status* de uma quase “segunda natureza”, num processo que funde e confunde cultura e mercado (JAMESON, p. 13 e seguintes), processo esse que imprime um perfil específico aos produtos e formas de produção.

As relações entre arte e economia, entre cultura e business, entre as manifestações simbólicas da vida social e suas relações com a lógica da mercadoria, ou com outras formas de financiamento que visam garantir as suas formas materiais de existência, se não constituem exatamente uma oposição, encerram um conjunto de contradições de origem e de sempre difícil equacionamento (ATTALI, 1977).

O mesmo processo que circunscreve o lugar e o sentido que a arte e a cultura ocupam em dada sociedade, indicam as formas específicas de sua manutenção econômica. Desde que constituídas como dimensões autônomas da vida social, as expressões e formas da arte e da cultura tiveram que conviver com os limites relativos aos custos de sua produção material (WEBER, 1989; BOURDIEU, 2009; ELIAS, 1995). Assim, a dimensão simbólica e a de mercadoria contidas nos produtos culturais, estão contraditória e inexoravelmente ligadas e o curso do processo histórico tem produzido sucessivas sínteses que revelam possibilidades de arranjos, que vão sendo sucessivamente testados, superados ou substituídos.

A dificuldade decisiva reside no dilema clássico – que mereceria ser constantemente revisitado, inclusive pela produção da chamada economia criativa – de dar uma medida à cultura, compreender e estimar a natureza e a abrangência de seus produtos e do trabalho nela envolvidos, quantificá-los a ponto de conferir-lhes um valor que, em algum momento do processo se materializará em preço, cumprindo ou não a expectativa de que seja o mais justo possível. Quais as configurações sócio-históricas que tem respondido à tarefa de oferecer as condições adequadas de trabalho, formação, criação e produção aos artistas e produtores culturais? De uma maneira ou de outra, patronos, patrocinadores, mecenas, empresários, financiadores e sustentadores de todo o tipo, atuando nas cortes, estados, nações, mercados, instituições, juntamente com os artistas e outros agentes envolvidos, têm equacionado, por um lado, a dificuldade de calcular e precisar o valor do trabalho envolvido e, de outro, o alcance e a potência que cada produto da arte e da cultura podem conter (ELIAS, 1995). Por mais exitosa que possam

ser as experiências, mesmo as mais normativamente reguladas, a conta parece nunca fechar. Mas é a partir da fresta (ou na cratera) da conta que não fecha, que tem sido possível enfrentar, de modos e sentidos variados, o controle e a dominação que sempre foram constituintes dos processos de administração da cultura.

Raymond Williams (2008), ao propor o estudo das formas culturais pela sociologia da cultura, lembra da situação em que o analista afeito ao estudo de instituições, formações e meios de produção, numa certa altura do processo se pergunta: “agora temos a sociologia, mas onde está a arte?” (WILLIAMS, 2008, p.119). Considero que a proposta de aproximar o foco das formas fonográficas, especialmente do álbum, em busca de sua forma, possa ser entendida nesse movimento, guardadas as devidas proporções, mas consideradas experiências precedentes de pesquisa (DIAS, 2008), num panorama em que, majoritariamente, os estudos sobre a fonografia, tem se ocupado das três dimensões acima indicadas por Williams.

Em diálogo que estabelece com artigo de Lorenzo Mammì (2014), intitulado *A era do disco – o LP não foi apenas um suporte mas uma forma artística*, Henry Burnett (2017) pensa na “Era do *streaming*” e observa que “foi preciso menos de cem anos para que a roda da audição musical fizesse um giro sobre si mesma” Refere-se às práticas hodiernas de escuta musical feitas a partir de faixas isoladas ou singles, que podem ser vistos como expressão contemporânea do formato fundador dos processos da música gravada. Sintetizei o movimento no seguinte esquema: “único álbum single” (DIAS, 2012, p.65).

Os cilindros e os primeiros discos suportavam apenas o tempo médio de três minutos de conteúdo gravado, sendo consequentemente esse o tempo e o espaço reservados a concepção e registro do conteúdo (FRANCESCHI, 2002). Nessas condições, o suporte era o formato (DIAS, *idem*). A original e inexorável ligação existente entre suporte e formato, definiu a maneira como os conteúdos musicais foram sendo formatados pelas especificações técnicas que os suportes físicos do registro foram tomando.

Nessa direção, a instituição definitiva da canção de duração média de três minutos como forma primordial, desfrutando de especial importância na cultura musical brasileira, está intimamente ligada às primeiras formas de registro. Para Mammí, “houve um ‘século da canção’ (para retomar o título de um livro de Luiz Tatit) porque houve um século do disco” Nas palavras de Tatit:

As necessidades se complementaram. A rápida expansão do mercado de discos dependia da simplicidade e popularidade das pequenas peças musicais, bem como da disponibilidade de seus intérpretes. Os bambas dos lundus e dos sambas, por sua vez, podiam suspender a eterna busca do serviço remunerado, visto que seus momentos de diversão estavam agora sendo contabilizados como horas de trabalho. Além disso, a obra que produziam nem sempre sobrevivia na memória dos foliões. Faltava justamente o registro. Ineptos para a inscrição de suas invenções sonoras na pauta musical, esses primeiros sambistas, recebiam os novos aparelhos como um encontro com a própria identidade. (TATIT, 2004, p. 33-34) citado também em Dias (2015, p.189).

O desenvolvimento dos suportes – uma luta de ordem técnico-econômica na busca de modelos que oferecessem mais tempo, espaço e fidelidade sonora para os registros musicais (FLICHY, 1982; SÁ, 2009, p. 49-74; VICENTE, 2014), fez com que chegássemos ao Long Playing (LP) tal e qual hoje volta a ganhar novos apreciadores.

Às justificativas econômicas que motivaram a sua implementação (cada LP continha seis compactos simples e três duplos, em termos de custos) (DIAS, 2008, p.60), contrapõem-se a potencialidade de mudança cultural profunda nos rumos da produção, na medida que o LP, ao mesmo tempo que se prestou à edição de coletâneas e toda sorte de compilações de ocasião, possibilitou a produção de discos de autor, álbuns concebidos e realizados como todo integrado e único, a partir de sentido e conteúdo particular, que só se tornou viável com um suporte expandido como o LP. A partir da sua implementação, a indústria fonográfica cresceu no tamanho dos conglomerados que veio a formar, no mesmo movimento do qual emergiu uma cultura discográfica e discocêntrica (CAMARGO, 2013), que em vários aspectos permanece até

hoje (SÁ, idem). Mammì, ao analisar as qualidades de obra do álbum Sgt. Peppers Lonely Club Band, diz que “a obra prima dos Beatles não foi apenas o disco dos discos. Foi a mercadoria no seu maior esplendor, e no mais alto grau de reflexão e autoconsciência”.

A ideia sintetiza razões que mobilizam o estudo das formas fonográficas, sobretudo por constituírem uma cultura específica que orienta modos de produção e recepção musical. Pensar as formas fonográficas exigiria um exercício de síntese que permitiria dar um passo à frente na dualidade entre suporte e formato, o corpo e a alma (ROTHENBUHL e PETERS, 1997), tal como sugere Simone Sá, na obra citada. Por essa via, seria possível aproximar o foco dos álbuns considerando-os como obras de específica reprodutibilidade técnica, em que a referência a W. Benjamin, não seria por acaso, por mais que aqui não ganhe maior desenvolvimento.

Buscando interlocução com alguns autores que se debruçaram sobre a análise de discos (álbuns), encontramos T. W. Adorno como um dos primeiros autores a refletir sobre “A forma do disco de fonógrafo”. O ensaio, de 1934, expressa o espanto e a preocupação do autor com o que seria o processo radical de coisificação e de reificação da música. Não haveria forma artística possível nos discos, esses que não passavam de “herbários da vida artificial” (ADORNO, 1990a, p.58). O autor retorna ao assunto em 1969 e, pensando no caso da ópera, aponta para mudanças trazidas pelo LP, que ao conter as peças completas trazia o potencial de se aproximar da forma composicional. A posse do disco pelo ouvinte e a possibilidade de repetir a escuta ao seu bel prazer, tendia a produzir familiaridade muito maior com a música do que aquela gerada na experiência coletiva dos concertos de ópera, considerando sua avaliação crítica desses espetáculos. Apesar de trazer em si as marcas do sistema que o produz, o LP, sustentado pela sofisticação técnica alcançada, permitia ao ouvinte atento constituir coleções, como que museus particulares que franqueavam, a qualquer momento, a possibilidade de restabelecer com as obras um diálogo profícuo ou deixá-las permanecer “hibernando para fins desconhecidos” (ADORNO, 1990b, p. 66).

Fenerick e Marquioni enfrentam a tarefa hercúlea de analisar o *Álbum Branco*, dos Beatles (FENERICK; MARQUIONI, 2015), depois de terem estudado “Sgt. Pepper” (FENERICK; MARQUIONI, 2008), da mesma banda, procedendo sempre análise multidisciplinar. Nesse último trabalho, partem do conceito de “forma cultural” proposto por R. Williams (em *The Long Revolution*) “entendida como elemento conceitual que organiza padrões culturais. Um padrão cultural por sua vez, possibilita (de acordo com R. Williams) o reconhecimento de ‘certas leis ou tendências gerais, através das quais os desenvolvimentos social e cultural como um todo, podem ser mais bem compreendidos” (idem, p. 23). Walter Garcia (2016) faz um exercício mais próximo de uma sociologia da música buscando os sentidos da sonoridade presente em *Encarnado*, de Juçara Marçal. Parte da análise de fragmentos da estrutura musical, passa pelas condições de produção (instrumentos e técnicas de gravação) para refletir no lugar que o álbum ocupa na sociedade brasileira de seu tempo.

O interessante nessas experiências é que elas tomam para a análise o álbum (ou álbuns) em si, escolhendo aspectos específicos para explorar os seus sentidos sócio-históricos e estético-musicais. Em medidas variadas, consideram suas formas de produção material – uma das dimensões que se quer ressaltar aqui. Por mais que aos nossos ouvidos, em determinadas condições de escuta, interesse o que podemos chamar de maneira ampla de sonoridade, o “gravado”, o registro fonográfico, é produto musical e cultural distinto, portador de características exclusivas se comparadas ao produto da execução musical ao vivo. Assim posta, a observação parece óbvia, mas são grandes e nem sempre consideradas as diferenças existentes entre uma canção, entendida como forma musical e artística, e sua gravação contida na forma de faixa, que tanto pode se autonomizar e adquirir a forma de single ou se integrar à forma do álbum fonográfico.

A música gravada surge como produto do desenvolvimento dos meios de produção, tal como definidos por R. Williams. Na complexidade derivada da “combinação” cada vez mais intensa

entre “recursos inatos” e toda sorte de “meios não-humanos”, a música gravada pode ser entendida a partir “dos graus variáveis de simetria entre produção cultural e reprodução social e cultural geral” (WILLIAMS, 2008, p. 98).

Diferentemente de outros produtos da indústria cultural, a música prescinde de seu registro mediatizado (é anterior a ele), o que não se pode dizer, por exemplo, do cinema e das produções televisivas e editoriais. O registro fonográfico, por sua vez, cria uma alternativa decisiva à natureza eventual e incorporada da música (CAMPOS, 2007), em que o gravado passa a constituir sua expressão perene.

O problema está na variedade e complexidade de dimensões que o estudo do álbum como forma implicaria, envolvendo variáveis que vão da dimensão musical propriamente dita, aos elementos envolvidos na realização do registro, na produção dos discos ou outras formas de suporte, numa rede de relações sociais e mediações técnicas (musicais e tecnológicas), artísticas, culturais, estéticas, econômicas, mercadológicas e políticas e seus respectivos agentes sociais envolvidos. Sem dúvida, o setor mais intrincado diz respeito à dimensão musical, a razão de ser de um álbum musical (que pode não ser a única). O problema pode trazer consigo dilemas que têm sido enfrentados pelos estudiosos da sociologia da música como nos mostra Frederico Barros (BARROS, 2016) e demanda muito estudo e reflexão sobre viabilidades e possibilidades. O que está em jogo é o estudo de um artefato cultural – o álbum, expressão de uma forma fonográfica. Da amplitude de variáveis envolvidas, podem ser privilegiados aspectos específicos, dependendo dos objetivos científicos, interesses de pesquisa e dos recursos disponíveis ao pesquisador.

Apresento a seguir, um primeiro e modesto ensaio de análise de um álbum fonográfico. Trata-se de *Na cachola*, de Marília Calderón e Walter Garcia (produção independente, 2016). Antes de buscar aplicar algumas das ideias apresentadas ou propor soluções para os intrincados problemas apontados, simplesmente me muni de alguns elementos e preocupações e me deixei envolver pelo material buscando

refletir sobre a experiência. No mais, recorri a fontes bibliográficas, a entrevistas com os autores e dividi audições e opiniões com um músico, João Paulo Nascimento, em busca de algumas referências específicas. Agreguei algumas de suas considerações sobre a perspectiva estritamente musical do álbum, ao texto que produzi. Resta informar que o ensaio foi produzido separadamente e não a propósito das reflexões gerais deste capítulo. Apenas considere oportuno aqui reuni-los num primeiro experimento.

No álbum, Marília Calderón define-se como “cantautora ligada à palavra, ao teatro e à rua”. É atriz e antropóloga de formação (USP). Integrou, por três anos, como cantora e compositora “a dupla de canções teatrais *Na cachola*, com Walter Garcia” e a “banda de rua Teko Porá, com a qual viveu em comunidade e gravou um EP.” Tem tocado diariamente nos trens do metrô da cidade de São Paulo e participado dos grupos teatrais Cia Cambaio e Os mamulengos. Grava atualmente seu primeiro álbum solo. “Apresenta-se com acordeon, violão e voz, acompanhada de Maria Fernanda (violino e voz) e Marta Najjar (percussão, saxofone e voz), entre outras formações”.

Walter Garcia “é compositor e violonista. No teatro, foi diretor musical da Companhia do Latão (1997-2004) e da Companhia do Feijão (1999-2001). Produziu o CD *Canções de cena* para a Companhia do Latão (2004). Tem composições em parceria com Lincoln Antonio gravadas por Ney Mesquita, Juçara Marçal e Kiko Dinucci, Ana Lee, Marcelo Pretto e Swami Jr. Lançou o CD autoral *Foi gol mas o juiz não viu* (1997). É professor da área de Música do Instituto de Estudos Brasileiros da USP. É autor dos livros *Melancolias, mercadorias* (Ateliê Editorial, 2013) e *Bim Bom: a contradição sem conflitos* de João Gilberto (Paz e Terra, 1999). Também é autor de vários artigos sobre canção popular brasileira, dentre os quais, *Notas sobre ‘Cálice’* (Música Popular em Revista, 2014), *Elementos para a crítica da estética do Racionais MC’s* (Ideias, 2013), e *Apontamentos sobre uma canção para teatro: ‘Funeral de um lavrador’* (Literatura e Sociedade, 2011). É organizador do livro *João Gilberto* (Cosac Naify, 2012).”

O álbum foi gravado no Estúdio Eng, na cidade de São Paulo, de outubro de 2014 a novembro de 2015, por Ernani Napolitano. Teve como assistentes Duda Gomes e Shirley Valentina. A masterização foi feita em audioportátil, por Element Zular, de janeiro a março de 2016. O Projeto gráfico é de autoria de Malu Rangel, da “Doralice eu bem que lhe disse Produções” e de Walter Garcia. As gravações de violão e voz foram feitas numa mesma sala, com uso de fones de ouvido, sendo acrescentados posteriormente outros instrumentos como acordeón, trompete, flauta e percussão.

A materialidade do álbum está limitada ao ambiente digital e, portanto, ao fonograma que lhe deu origem. Um site foi criado para abrigá-lo e disponibilizá-lo gratuitamente, contendo as seguintes abas: “Na cachola”: fotos dos autores. “Download”: acesso às faixas e ao “encarte” com as letras e fichas técnicas. Sobre “Na cachola”: contém quatro textos sobre o álbum de autoria de Renato Gonçalves, Antônio Geraldo Figueiredo Ferreira, Marcio Marciano e Heron Coelho. “Marília Calderón e Walter Garcia”: com fotos e perfis dos autores e “Contato”. Da maneira como são apresentadas, as faixas devem ser ouvidas uma a uma, não havendo a possibilidade de escuta contínua de todo o álbum, o que pode dificultar a apreciação do conjunto. Por outro lado, em que pese o sentido que tem o projeto visual, o “encarte” com as letras e ficha técnica feito em fundo vermelho com letras em preto, dificultam a leitura.

Segundo os autores, a ideia era a de realizarem shows que pudessem gerar alguma receita para ser investida na fabricação do formato físico do álbum em CD ou até mesmo, em LP. Foram realizadas seis apresentações com o conteúdo do álbum e não há, por hora, perspectiva de retomada, por conta do fim da parceria da dupla.

O álbum tem sua estrutura composta de 12 faixas, apresentadas na seguinte sequência:

1. “Sinais de amor” – Música e letra de Walter Garcia.
2. “Amor e amizade” – Música e letra de Susan Grey e Cláudia Rato.

3. “Nanna’s Lied” – Música: Kurt Weil. Letra: Bertold Brech. Versão adaptada: Tatiana Berlink. Adaptação: Walter Garcia e Marília Calderón.
4. “Eu estou tão cansada” – Música: Walter Garcia. Letra: Georgette Fadel e Walter Garcia.
5. “Na cachola” – Música: Walter Garcia. Letra: Antônio Geraldo Figueiredo Ferreira.
6. “Quem vai às compras” – Música e letra de Walter Garcia
7. “Canção da injustiça” – Música: Walter Garcia. Letra: Walter Garcia e Marília Calderón. Introdução: Jeff Vasques.
8. “O gato no capô” – Música: Marcelo Segreto e Walter Garcia. Letra: Walter Garcia, Marília Calderón e Tom Lopes.
9. “Sobre o princípio perene da natureza humana” – Música: Marília Calderón e Juan Morales. Letra: Marcio Marciano sobre trecho de Quincas Borba, de Machado de Assis.
10. “Nada por fazer” – Música e letra de Walter Garcia.
11. “Choro para Tom” – Música e letra de Walter Garcia.
12. “O chão na palma da mão” – Música e letra de Marília Calderón.

Nas considerações que se seguem sobre o material artístico e cultural do álbum, tomo como inspiração a definição de “forma cultural”, de R. Williams, apresentada por Fenerick e Marquioni, em seu estudo sobre o “Álbum Branco”, já citado. A estratégia de análise tomou como base a hipótese de ser possível identificar uma lógica de organização das faixas seguindo o sentido da estrutura do álbum a partir das letras das canções. Por mais que seja um recorte não só possível como rico, sobretudo para as aproximações feitas pelas ciências sociais (SANTOS, 2014), dada a complexidade do material musical, considere interessante agregar alguns comentários de natureza musical oferecidos por João Paulo Nascimento. Corroborou nessa estratégia, a informação dada pelo autor em entrevista, de que a organização das faixas tinha tomado por base a dimensão musical.

Em seu conjunto, o experimento apresenta apenas uma forma possível de recepção.

As 12 canções que integram *Na cachola* têm como base principal voz e violão, que se apresentam programática e finamente integrados. O violão de Walter Garcia, filiado à escola joão-gilberteana, conduz a construção de delicadas melodias, que alcançam realização apurada na voz e na interpretação encorpada e afinadíssima de Marília Calderón. Sua forma de cantar, no entanto, antes de revelar apenas qualidades particulares da interprete, se integra ao conjunto de referências estético-culturais que dá base ao álbum na sua inteireza: aqueles vindos da canção de MPB. A tradição da canção popular foi, a partir do final dos anos 1950 e por toda década de 60, se constituindo e sofisticando no que se tornou a canção de MPB, uma síntese de música e letra, em que o canto se torna uma espécie de canto-falado. Daniela Vieira dos Santos afirma que “a canção se coloca a priori na fala” (SANTOS, 2014, p. 04). Musicalmente, a canção de MPB constituiu-se dos requintes trazidos pela bossa nova, do resgate das raízes musicais brasileiras promovido pela “canção de protesto” e da cultura musical gerada a partir dos Festivais, se constituindo como uma forte instituição sócio-cultural (SANTOS, 2014; NAPOLITANO, 2001).

As canções apresentam, à primeira vista, aspectos do padrão da canção popular comercial brasileira tão profundamente estudada por Garcia (1999-2013), considerada principalmente a sua duração média, que tem um pouco menos de três minutos. Por sua vez, o álbum de 12 faixas corresponderia a outro padrão clássico da fonografia em que poderíamos ter, se materializado em um LP, seis faixas de cada lado.

Procedimento esperado vindo do ouvinte informado do sentido da obra de Garcia é o cultivo de expectativa com relação a uma proposta de que participa como um agente central, para um álbum de canções. Em que medida suas reflexões sobre a maneira como a canção se formata social e culturalmente, vulnerável e/ou potencialmente comprometida com elementos fundantes de dada ordem social, apareceria em sua própria obra? O exercício pode ter sido o seguinte.

Num primeiro momento, são os referenciais da canção de MPB e de certa tradição provavelmente concentrada na obra de João Gilberto e Tom Jobim, que se sobressaem do conhecimento acumulado do autor sobre o mundo da música, oferecendo o ponto de partida, o conjunto de dados sobre o real já previamente sistematizados a ser confrontado com suas próprias contradições.

Nessa direção, o momento seguinte parece apontar para o questionamento, sobre até quanto a forma canção de MPB suporta ou comporta possibilidades de sua continuidade. Quanto ainda seria possível tensionar os cabos de força que a constituem e se entrecruzam, mantendo a canção popular e canção de MPB como forma artística, cultural e musical hegemônica e, ao mesmo tempo pouco dinâmica, trazendo consigo cristalizados modelos de produção, difusão e recepção? Que recursos estéticos, elementos musicais e temáticas a serem desenvolvidas nas letras poderiam posicionar a canção em patamar que, como outras existentes, desconcerta o grande coro?

Os ensaios em forma de canções que compõem o álbum *Na cachola* promovem a possibilidade de síntese. A presente leitura destaca apenas um pequeno conjunto de características das canções pensando, ao mesmo tempo, no sentido de seu encadeamento e disposição no álbum como um todo, composto e articulado pelas faixas. Segue-se, portanto, uma das muitas trilhas possíveis para a análise do material.

Se levarmos a efeito essa dialética fundamental que caracterizaria tal processo artístico, vê-se que as três primeiras canções/faixas enfrentam uma das mais distintas instituições da cultura popular brasileira, a canção de amor, que aparece desconstruída em três etapas programáticas. A primeira, *Sinais de amor*, propõe jogo ágil e rico de substância entre objetividade e subjetividade da vida, traduzido na busca de evidências “científicas” para a existência do amor. A sua condição etérea, fulgaz, assustadoramente frágil se choca com a luta, as vezes desenfreada, pela sua permanência, para eternizar o que é (ou foi) bom, a luta vã contra rupturas... Mas, por seu turno, só a experiência pode conter os únicos traços empíricos da existência do amor. O mote “sinais de

amor não se conservam em formol”, traz para a narrativa várias outras figuras concretas (e algo bizarras) que poderiam conter e expressar (inutilmente) o amor. A frase citada acima é repetida algumas vezes, mas não constitui um refrão – recurso pouco encontrado em todo o álbum. A faixa deixa nítida a ideia de que o violão canta em dueto com Calderón. Impressiona como o texto denso preenche os 2:39’ de duração como se fosse tempo muito maior.

A segunda, *Amor e amizade* conduz as mesmas questões para um nível de objetividade trágica: conta o caso (verídico) de um casal que, organizando a mudança provocada pelo fim do casamento, despenca (e o sentido da queda configura a dúvida) da janela do apartamento no 22o andar, quando tentava retirar as cortinas... A belíssima melodia, um dos pontos altos do álbum, alia-se à grande capacidade narrativa contida na ideia de movimento (ruptura, desequilíbrio), aprofundada pela presença do acordeón e de efeitos sintetizados executados por Marília.

A dialética do amor se conclui com *Nanna’s lied* de Kurt Weil e Bertold Brecht, ao mesmo tempo que abre caminho para a próxima. Trata da angústia de alguém que vive do “mercado do amor”, lugar em que “o sentimento/ fica friorento/ quando é gasto sem economia”. A faixa tem grande delicadeza. Um discreto refrão reiteraria a ideia central da trilogia: “Ah, onde estão as lágrimas de ontem/ neves de outrora, onde elas estão?” Nessa altura vale considerar os seguintes comentários de João Paulo Nascimento.

É grande a riqueza harmônica presente em Na Cachola, tanto no aspecto microformal, na montagem meticulosa dos acordes, na escolha da densidade ou da rarefação das aberturas, quanto nos aspectos macro-formal. Há uma narrativa de tonalidades que transpassa o todo do álbum. Podemos ouvir as canções sendo entreameadas por pontes modulatórias ou por acordes que funcionam como pivôs harmônicos. Isso revela um cuidado profundo com a coerência harmônica, não apenas no interior de uma canção, mas no todo dessa narrativa. Podemos destacar, como exemplo, a maneira como o material harmônico de *Nanna’s Lied* reaparece em outras canções, sendo variado e problematizado. Esse procedimento, embora seja muito comum no ambiente da ópera, dos musicais e da música

de concerto, principalmente no que concerne às grandes formas, não é tão comum no ambiente da música popular. Há de se indagar os motivos desta estruturação. Talvez seja a influência da música de teatro que traga sua força na construção deste aspecto narrativo harmônico, e não apenas na temática das letras.

Apontados limites ontológicos e históricos das canções de amor e do amor ele mesmo, uma espécie de desarvoro toma conta do eu lírico que, em “Eu estou tão cansada”, roga pela vigência de um conjunto de lugares comuns, imagens do descanso e do relax (arco-íris, barco à vela, areia branquinha, espuma branquinha, gaiivota voandinho...). São, na realidade, (im)possibilidades de fuga. O desenrolar da melodia conduz primeiro ao que seria um “sarro” na canção inócua e padronizada que pauta a fuga, para em seguida, se confrontar com tais padrões e espelhar o cansaço.

Um tipo de circularidade, de moto contínuo caracteriza a canção que dá nome ao álbum e reforça o vínculo com a canção de MPB, como se tem em “Construção”, e Chico Buarque, para citar um exemplo. “Na cachola”, reelabora o cansaço em outro nível e descreve com detalhe o tormento mental do homem contemporâneo, as ideias fixas, as paranóias ou, simplesmente, o espírito do tempo (sem amor?). O roteiro é declamado-cantado com ritmo, clareza, sem suspiro. O violão canta marcante, algo dissonante, conduzindo a viagem dentro da nossa cachola... Outro ponto alto do álbum.

A faixa Na Cachola possui uma introdução na tonalidade de Fá menor, mas o tom se estabiliza em Dó menor. Sua forma é marcada por um ostinato harmônico que sugere algo da chaconnes ou da passacaglias, mas também dialoga com certas formas cíclicas da canção popular. O caráter de ostinato é reforçado pelas características da progressão harmônica. Porém, a percepção do início e do fim do ciclo harmônico e formal também é fugidio, como se tivesse começado pelo seu meio. É interessante que a canção chega ao fim com o acorde de tensão, como se terminasse suspensa.

Emergem desse panorama de dificuldades, temas como a banalização e naturalização da injustiça, a hipervalorização do mundo das

coisas operada pela sociedade de consumo; surgem com doses de um humor ácido como recurso estratégico e político. Nesse sentido, não é à toa que “Quem vai às compras” traz uma estrutura padronizada num “sambinha” com refrão marcante, para contar o passeio de uma sacola plástica pelas ruas assombrando os transeuntes. A “Canção da injustiça” mostra como a justiça e o seu contrário existem diluídas e equivalentes a um número muito variado de valores, coisas, situações e intensidades (“Injustiça existe/ como a mágica e o alpiste/ isso é bom, isso é mau”). O acorde repetido pelo violão, marca a constância e o vigor da permanência da injustiça no mundo. “O gato no capô” traz uma crônica do cotidiano sobre o desgaste das relações sociais mediadas pelo dinheiro e pela violência. Nos shows, a canção surge como um dos pontos altos, ganhando densidade com recursos cênicos e interpretativos; esses últimos são destaque também na versão gravada, na forma de falas sobrepostas e uso de recursos como o *reverb*.

Vale aqui apontar que a apresentação ao vivo desse material conta com concepção cênica discreta e, ao mesmo tempo, potente (assinada por Jé Oliveira). O teatro é seu espaço natural, dado que requer do expectador uma recepção atenta para que a comunicação ideal se realize.

As quatro últimas faixas sintetizam e abrem para o plano estético e filosófico, o conjunto das questões tratadas. “Sobre o princípio perene da natureza humana” sugere, a partir de um mote tomado de Machado de Assis e em exíguos 73 segundos, que os indivíduos são como as bolhas que fervem e se dissipam na água...

Sobre o princípio perene da natureza humana, que possui uma introdução, uma parte A e a retomada da introdução, sem que o trecho com voz e letra apresente reiterações, favorecendo uma escuta pouco fugidia, mesmo que miniatúrial, da música.

“Nada por fazer” parece propor um exercício de negação da negação: num mundo de torpor da sensibilidade e de dificuldades de exercício da potência humana, a letra escrita toda no negativo, convida para que sua leitura possa ser feita no sentido contrário. “Choro para Tom”

– e essa grafia já indica a interpretação que aqui se faz da canção, dado que no “encarte” tudo é escrito em minúsculas, diluindo a possibilidade de que esse “tom” seja “Tom” – traz más notícias: desconstrói as paisagens e cenas clássicas do universo bossanovístico (mar e céu azul, areia da praia, a garota que passa) mesclando-as com elementos que podem ser associados ao Rio de Janeiro de hoje: “mãos de metal em pó”, “ossos de sal”, “lages de céu ruindo azul”, “restos de mar azul/sombra de céu e o chão/ é cascalho e é só”, “corpos de areia/ olham uma menina que não passa mais”. A letra é pesada e bela; um choro-canção trabalhado nas mais finas fontes joãoquilbertianas, a contradiz reposicionando a obra no plano do aceitável (ideia que aqui surge num diálogo com aquelas do próprio Garcia). Denso jogo de dados e referências!

Em choro pra tom a pode-se notar uma levada rítmica de choro combinada com uma melodia de tessitura pequena, aparentemente restrita, mas que se renova na relação com a harmonia que caminha ricamente por acordes do tom de lá menor. Com passagens por dó maior. No entanto, há um trecho instrumental que pratica modulações harmônicas mais ousadas. O tom predominante é retomado junto com a retomada da voz e da letra. Chama a atenção a introdução e a coda da música que apresenta um jogo de dois acordes que reforça o propósito de estruturação macro-formal e harmônica do álbum.

Fecha o álbum a canção de Marília Calderón que oferece oportunidade final ao exercício, que aqui se propôs, de ver nas faixas do álbum *Na cachola*, chances de questionamento sobre os limites e possibilidades da forma canção de MPB. Nesse sentido é emblemática a referência feita em *O chão na palma da mão*, à canção Matita Perê, de Tom Jobim, mais uma vez explicitamente presente. É como se essa mesma forma canção de MPB tomasse para si o lugar do eu lírico e dissesse: “Sim, me desconstrua!/ Sim, me desconstrua! minha/ obra caindo da lua/ um olho virado pro céu/ o outro rolando na rua/ ouvidos jogando pra cima/ as claves e dizendo ‘não’ (...)”. Sim, a canção de MPB não parece se furtar à prova sobre até quanto ela suporta e o álbum *Na cachola*, sua concepção, seu modo de produção, difusão aponta para caminhos ainda não traçados pelas formas fonográficas.

PARTE III

ESCRITURAS E TECNOLOGIAS

CAPÍTULO 10

TRANSCULTURA: O PASSADO E O PRESENTE DA LITERATURA JUVENIL

Andréa Borges Leão

Este ensaio coloca em discussão um dos dilemas enfrentados pela sociologia da cultura no Brasil: a leitura de que a nossa participação no mundo se dá de forma retardatária. E, com isso, esbarra na tentativa de compreensão do problema do cosmopolitismo do consumo intelectual e apropriação criativa de ideias estrangeiras em solo marcado por alto índice de analfabetismo.

Puxando os fios da nossa história cultural, três momentos decisivos na formação de um espaço de produção e circulação para o livro de literatura destinado às crianças e jovens são selecionados. O parâmetro de análise recai sobre a maior ou menor circulação transnacional das obras, a morfologia dos espaços de mobilidade do livro, e as ações e classificações dos profissionais mediadores que se interpõe entre a criação literária e o público de leitores: editores, livreiros, tradutores, críticos e professores.

O argumento baseia-se na problemática específica da polarização que estrutura o espaço investigado: a que opõe o livro nacional ao livro traduzido e se desdobra no antagonismo que separa a literatura erudita, regida pela lógica intelectual e, de certo modo, difundida por uma cultura de elite, dos *best-sellers*, regidos pela lógica da produção ampliada. Esta polarização, no caso brasileiro, também é estruturante da passagem do que Jean-Yves Mollier (MOLLIER, 2006) entende como cultura midiática, iniciada no século XIX, para a cultura de massa, periodicizada a partir da segunda guerra mundial. Cultura midiática e cultura de massa são conceitos que orientam mais um dilema estruturante na nossa formação: o da sincronicidade de tempo entre um momento cultural brasileiro e um momento cultural europeu, seja para marcar analogias, seja para marcar diferenças.

Para os sociólogos que estudam as importações e traduções literárias e enfrentam os problemas do atraso e da dependência na análise comparada de edições de um mesmo autor entre diferentes países, conviria operar nos termos de uma transcultura. A conclusão a que chega esta exposição pode ser antecipada: na sociogênese (ELIAS, 1997) da literatura juvenil observa-se uma mudança nas técnicas de produção e de reprodução dos textos. E, hoje, afirma Roger Chartier (CHARTIER, 2014), o resultado desse processo nos confronta a uma nova modalidade da produção e da transmissão da cultura, independentemente das categorias de gênero em que as obras literárias estejam classificadas pela crítica ou dos suportes por meio dos quais são apropriadas. Pode-se afirmar que a literatura juvenil brasileira vai se modificando pelas permanências e atualizações de modelos, em geral, importados de outras tradições culturais.

O código popular da elegância

Passo, então, ao primeiro momento intitulado “o código popular da elegância literária”. Já largamente concebido como Belle Époque tropical, os mediadores encarnam as lutas de reivindicação por independência e autonomia em pleno movimento das travessias, trocas e empréstimos que marca a circulação transatlântica da cultura de final do século XIX e início do século XX. Um campo editorial encontrava-se aí em constituição. Ilustrativo desse momento é o embate popular-nacionalista do livreiro carioca Pedro da Silva Quaresma contra os editores e livreiros franceses estabelecidos no Rio de Janeiro, Baptiste-Louis Garnier em particular (LEÃO, 2011). A presença do livro traduzido provocava não apenas conflito e tensão como também serviu de contraponto para a ideia de construção do livro nacional.

No dia 16 de setembro de 1909, a coluna Binóculo, escrita pelo polígrafo Figueiredo Pimentel no jornal carioca *Gazeta de Notícias*¹, destacava mais uma reedição da série Biblioteca Infantil, um sucesso da

¹ *Gazeta de Notícias*. edição de 16 de setembro de 1909.

Livraria do Povo dos editores Quaresma & Cia. A coleção, lançada em 1894 e já caída no gosto do público, destinava-se ao entretenimento e à educação literária da infância. Cada um dos volumes continha narrativas morais e piedosas compostas de fábulas, teatros e jogos reescritos e adaptados da tradição oral europeia. Até hoje, os títulos são conhecidos: *Contos da Carochinha*, *Histórias da Avozinha*, *Histórias da Baratinha*, *Histórias do Arco da Velha*.

Neste dia, a coluna Binóculo reservava um espaço para divulgar a literatura infantil. Mas também aproveitava para incluir a fortuna editorial do escritor à venda na mesma livraria e, até, a concorrência aberta por Pimentel ao publicar livros infantis em outras editoras, como a Francisco Alves, e comercializá-los na Livraria do Povo:

A Livraria do Povo tem também à venda as outras obras de Figueiredo Pimentel: *O aborto*, *Um canalha*, *Suicida!*, *O terror dos maridos*, *Romances*, *Fototípias*, *Amor*, *Livro Mao*, *Carmem*, *Versos*, *Contos do tio Alberto*, *Histórias de fadas*, *Livros Infantis*, etc., etc.

Os títulos listados, não resta dúvida, dirigiam-se a públicos diferentes, com experiências de leitura e relações com o livro diversificadas. Uns, contemplavam as crianças; outros, os adultos que apreciavam romances naturalistas “potencialmente eróticos”, nas palavras de Leonardo Mendes (2015, p. 09). A estratégia editorial de aproximação dos títulos na publicidade da *Gazeta* pode ser justificada pela oferta de livros baratos para a leitura de toda a família, antecipando o consumo do que viria a ser, com o rádio, o cinema e a televisão, a moderna cultura de massa no Brasil. Tudo leva a crer que as avozinhas e carochinhas são heroínas tão populares como as mocinhas e cafajestes de corte naturalista que povoam os romances adultos. Assim, o livro infantil foi assimilado pela lógica do romance de escândalo, do álbum ilustrado, da brochura de modinhas e do manual prático, gêneros reivindicados na categoria popular pelo editor Pedro Quaresma. Essa lógica, mediada pelo desenvolvimento da técnica de impressão, incluía o pequeno formato – garantia de portabilidade do livro – os baixos preços, o recurso às ilustrações e a

difusão ampliada. E sobretudo essa lógica servia ao trabalho de teorizar a nação numa dependência total do autor em relação ao editor.

Não custa lembrar que, de acordo com Denis Rolland (ROLLAND, 2006, p. 167), desde meado do século XIX, a cultura brasileira de larga difusão que se espraia por todo o espaço nacional não é a escrita, mas a oral, ligada à canção popular e à literatura de cordel. Como um setor estruturante na nossa formação, a cultura de massa tem com denominador comum a oralidade que depois passa à visualidade e, enfim, à técnica do audiovisual com o desenvolvimento da indústria de bens simbólicos. Nesse processo que toma curso no século XX, é importante ainda lembrar, há uma transferência de influência da França, como país difusor de modelos e a capital Paris como epicentro de uma República das Letras, para os Estados Unidos após a Segunda Guerra Mundial.

Löic Artiaga (2008, p. 09), aponta três aspectos do consumo de romances populares: a convivência com a imagem e a ilustração, uma atração pela leitura de episódios seriados e o convívio com a variedade de suportes nos quais as narrativas podem ser lidas, ouvidas e vistas (livro, rádio, cinema, televisão, meios digitais). Assim, um escritor polígrafo como Figueiredo Pimentel, dedicado a uma ficção para o entretenimento de coleções e séries, desdobrando-se entre os romances, a carreira no jornalismo e a colaboração em revistas, antecipava o uso popular massivo da cultura.

Confrontado a uma escrita seriada, Figueiredo Pimentel não se preocupou em deixar uma obra-prima. Em certas ocasiões, indagava o valor artístico da sua Biblioteca Infantil. O que importa para uma boa caracterização desse primeiro momento é que um código da elegância literária, alternando piedade religiosa e civilidade dos costumes, fez convergir sua obra popular destinada a um público adulto e a sua obra infantil.

A genealogia da moderna edição europeia proposta por Jean-Yves Mollier (MOLLIER, 1988) atribui ao romance-folhetim, seguido da literatura seriada e das coleções populares, uma ruptura estrutural no

mundo do livro. Voltados para a diversão e o estímulo da curiosidade do público, essas formas do impresso substituem a lógica da demanda, típica das edições católicas e oficiais que encomendavam livros aos editores, por uma moderna lógica da oferta, onde a oferta de novos produtos garantem nichos de leitura e, com isso, a evolução do mercado. No Brasil, os sucessos da Livraria do Povo também inauguram regimes de autoria e práticas de escrita empenhadas na satisfação das expectativas de um público leitor em crescimento, onde a lógica da oferta se sobrepõem à pura e simples demanda por edições. Uma cultura média urbana, pode-se afirmar, teve seu impulso inicial com a obra de Figueiredo Pimentel.

Ao estimular a massificação do consumo de entretenimento, a cultura média, chama a atenção Renato Ortiz (ORTIZ, 1994), em *A moderna tradição brasileira*, opera a passagem do nacional popular ao internacional popular. E fica cada vez mais claro que insistir na polarização das esferas erudita e popular impede a compreensão de certos processos da cultura média. As traduções e adaptações de obras clássicas estrangeiras, que norteia a edição nacional juvenil desde o meado do século XIX, são ilustrativas de tal processo de modernização. A mesma lógica da oferta, prenuncia a indústria cultural no Brasil, uma das características da cultura de massa.

Cultura popular de massa

O segundo momento traz nele o acúmulo da experiência do escritor e editor Monteiro Lobato, de obra reconhecida e tornada canônica por crítica e público. Traz também a experiência do professor Alnaldo Oliveira Barreto que, a partir de 1915, inicia a publicação da série Biblioteca Infantil para a Companhia Editora Melhoramentos inaugurando a figura do diretor de coleção. Esta série é em boa parte formada por obras traduzidas, tornando evidente que a cultura de massa não pode ser pensada nos parâmetros da produção de fronteiras literárias nacionais.

No auge da produção e circulação dos volumes da coleção infantil da Editora Melhoramentos, mais precisamente no ano de 1936, o ministro da Educação e Saúde do governo Getúlio Vargas, Gustavo Capanema cria a Comissão Nacional de Literatura Infantil, que tem como atribuições realizar um levantamento da produção nacional, selecionar livros para tradução, estabelecer classificações etárias, estimular a abertura de bibliotecas e censurar os livros julgados perniciosos. Em dezembro de 1937, Capanema funda o Instituto Nacional do Livro, para um ano depois, instaurar a Comissão Nacional do Livro Didático. O grupo que integrava a CNLI era composto por escritores e educadores de renome, como Cecília Meireles, Manuel Bandeira, Jorge de Lima, José Lins do Rego, Lourenço Filho, já diretor coleção infantil Melhoramentos, entre outros. O grupo entregava-se a um debate caloroso sobre o estatuto literário das obras, culminando com a realização de concursos e a organização de um catálogo de obras de literatura infantil em língua portuguesa. Na mesma década, é fundada a *Revista do Livro*, que tem por missão divulgar notícias e resenhas mensais bibliográficas – inclusive da produção infantil e juvenil –, além de comentar os eventos internacionais, como as exposições do livro brasileiro no exterior, fomentar debates sobre o livro nacional e a relação das obras depositadas na Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro. Essas referências confirmam a justaposição do que se constrói como nacional erudito e como transnacional popular.

Nos anos 1970, com a aceleração do processo de modernização da sociedade brasileira, a literatura infantil entra definitivamente na produção cultural massiva. Ganha popularidade o livro de bolso, mais barato e propício à larga circulação.

Nas coleções e séries juvenis das Edições de Ouro, ou TecnoPrint, como os 105 títulos que compuseram as traduções e adaptações da Coleção Calouro, destaca-se uma das autoras de sucesso editadas em fins do século XIX, pelo livreiro Garnier, a Condessa de Ségur, com as novelas morais *Os desastres de Sofia*; *As meninas exemplares*; *As férias*; *Memórias de um burro*; *João que chora*, *João que ri*; *O bom capeta*; *O General Dourakine*

e *A morada do anjo da guarda*. Os títulos da Condessa são vertidos e adaptados pelo escritor baiano e encontram na Calouro títulos de ficção científica, como *A República 3.000*, de Menotti del Picchia. Clarice Lispector traduzia os clássicos, principalmente quando se tratava de Jules Verne.

A Tecnoprint Gráfica S/A foi criada em 1940, pelos irmãos gaúchos Jorge e Antônio Gertum Carneiro. Um médico, o outro, engenheiro, os dois resolveram abandonar as profissões para juntar-se ao alemão Frederico Mannheimer e dar início ao negócio da importação e venda de livros estrangeiros. O investimento, no entanto, não deu bons resultados, o que levou os sócios a uma nova aposta que viria a marcar o perfil da empresa, a publicação de livros de bolso, os *taschenbuch* ou *pocket books*. A primeira experiência com o novo formato deu à luz o manual do Prof. Luís A. P. Victoria, *Fale e escreva corretamente sua língua*. Este guia prático inaugura a série Sem Mestre, indicando claramente a linha editorial que a empresa seguiria daí por diante. A segunda e definitiva inovação são as revistas de jogos e passatempos, a bem-sucedida Coquetel e a Palavras Cruzadas. Logo após, vieram os livros policiais, de faroeste e espionagem, sucessos de vendas nas bancas de jornais a preços menores que os da concorrência, tornando o selo Edições de Ouro conhecido em todo o Brasil. Nem só de manuais e passatempos formava-se o catálogo da editora. Outra linha constante em sua longa trajetória e extenso catálogo é a publicação dos clássicos da literatura brasileira e universal, com a captação de títulos já caídos em domínio público.

Além de Sophie de Ségur, com textos em português de Herberto Sales, havia ainda na coleção Balzac, Alphonse Daudet e Dante, com tradução e adaptação de Marques Rebelo; Théophile Gautier, na versão de Rachel de Queirós; Beaumarchais, com texto de Cora Rónai Vieira e Paulo Rónai; Thomas Hardy, na recriação de Octávio de Faria; Tove Jansson, por Carlos Heitor Cony; e Astri Lindgren, recontada por Lúcia Machado de Almeida.

O selo Edições de Ouro, no qual se inscrevia a Calouro, oferecia ainda outras coleções de clássicos para crianças: a Elefante, com títulos de autores brasileiros, como Orígenes Lessa, Ganymédes José,

Carlos Heitor Cony, Menotti Del Picchia e Pedro Bloch. Sugestivo desse momento é o fato de o livro *Memórias de um burro brasileiro*, recriação à nacional de Herberto Sales ter sido posto na Coleção Calouro junto aos clássicos da escritora francesa. No abasileiramento da Condessa de Ségur encontramos o seguinte aviso dos editores: seleção e preparação do vocabulário pela equipe de professores coordenada por Betty Zimmerman, indicando o trabalho do professor como mediador entre a escrita original, a reescrita da tradução e a recepção leitora.

Em 1969, é criada a Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil, uma entidade não-governamental sem fins lucrativos que tem como finalidade promover, pesquisar, analisar e difundir a literatura para crianças e jovens no Brasil. Vinculada, como sessão brasileira, ao *International Board on Books*, vem exercendo o papel de importante instância de mediação crítica, sobretudo por promover concursos de prêmios que visam a atribuir às obras selecionados selos de qualidade, classificando autores, ilustradores e editores. Além de atuar nas feiras e bienais do livro infantil por todo o país, a FNLIJ organiza um Salão do Livro, no Rio de Janeiro. Esta instituição tem papel fundamental na estruturação do mercado de livros nos anos de 1970, bem como na elaboração de programas governamentais de promoção da leitura, como o Ciranda de Livros, de 1982, e o Pro-Ler, da Biblioteca Nacional, de 1992. Suas publicações, o *Boletim informativo*, o jornal *Notícias* e as *Bibliografias analíticas* que orientam a produção brasileira nos catálogos das feiras internacionais do livro juvenil, a exemplo da feira de Bolonha, oferecem um mapeamento expressivo do que circula nos espaços nacionais e transnacionais do livro.

Transcultura

E, por fim, chego ao terceiro momento, que na verdade, se justapõe aos outros dois: escritores brasileiros cruzam fronteiras, num contrafluxo das travessias, trocas e empréstimos entre o Brasil e os países hegemônicos da Europa, da América do Sul e os EUA.

Ilustrativo é o escritor, também polígrafo como Figueiredo Pimentel, José Mauro Vasconcelos, autor do *best-seller* *O meu pé de laranja lima*, publicado em 1968 pela Melhoramentos. A trajetória de Vasconcelos aponta para o movimento de internacionalização dos produtos nacionais, abrindo um profícuo debate sobre a dimensão transatlântica do que se constrói como ficção no plano local, além de reequilibrar os termos da oposição entre sucesso comercial e legitimidade literária. As apropriações do autor por diversas tradições culturais revelam a mobilidade de fronteiras e a reposição de relações de força no espaço atlântico do livro.

Nos anos de 1970, a França e a Argentina descobrem José Mauro Vasconcelos. Em 1978, a editora francesa Stock forma a coleção de livros de bolso *Mon bel oranger* com as traduções dos romances que conhecem um sucesso absoluto. No levantamento das obras brasileiras traduzidas nos catálogos das Éditions Stock realizado na Bibliothèque Nationale de France, observei que Vasconcelos entra no mercado francês na companhia de Jorge Amado e Zélia Gattai e pelas mãos de Alice Raillard, a mesma tradutora do casal e de Darci Ribeiro, João Ubaldo Ribeiro, Clarice Lispector entre outros. Na França, os livros de José Mauro são classificados como romances de formação para a juventude, ao lado dos de Amós Oz e Zélia Gatai, cumprindo o projeto intelectual da editora. O espaço narrativo da floresta amazônica em *Rosinha, mon Canöe*, assim como o do herói Zezé, em *Mon bel oranger* e *Allons reveiller le soleil*, é representado como pitoresco e à margem da civilização. Cabe uma pergunta: o que teria se passado, nos termos das variações culturais e da apropriação leitora nos domínios da língua espanhola, com a obra do autor?

A não equivalência linguística e as forças desiguais implicadas nas trocas e empréstimos entre espaços literários nacionais, a exemplo das que organizam, ainda hoje, a carreira internacional de José Mauro na França, permitem observar processos de formação literária em constituição nos dois países. Não se pode perder de vista que as circulações dos livros no mercado mundial de bens simbólicos são

fortemente assimétricas com a tendência à hegemonia do mercado norte-americano, em geral, e o de língua inglesa, em particular.

Até a década de 1980, os escritores, editores e estudiosos da nossa literatura juvenil buscavam uma base comum alicerçada nas diferenças regionais capaz de articular um projeto nacional. Não se pode desconhecer que os esforços na busca de uma marca nacional como definição de identidade correspondem a esses momentos decisivos na luta pela constituição e autonomia de um espaço para o livro infantil e juvenil. Monteiro Lobato e Orígenes Lessa foram importantes artífices deste movimento. Só assim, os caminhos seriam pavimentados para o amadurecimento do gênero e a profissionalização do trabalho literário.

Hoje, os infantojuvenis – recriados muito mais como um gênero da edição do que da literatura – são as melhores vendas das editoras, além de objetos de políticas públicas, apostas e investimentos comerciais em traduções para o mercado mundial. As oposições entre o nacional e o estrangeiro, o canônico e o popular, não inviabilizam a presença hegemônica das traduções. Os conflitos e as tensões reequilibram-se em novas balanças de poder. Ora, não se poder atribuir unicamente aos efeitos da moda Harry Potter que a literatura hoje produzida no Brasil aposte nos mercados externos, prioritariamente nos latino-americanos e europeus. Um fio condutor atravessa os momentos e evidencia algo comum: o movimento da transcultura é de longa duração. Ou melhor, o percurso dos livros juvenis no Brasil descreve um processo de importação, tradução e adaptação, mas também de internacionalização de gêneros que se definem como populares tanto nas direções de suas circulações, nas formas de distribuição e venda massiva, como nas modalidades de apropriação leitora, justapondo os mapas do nacional e os do transnacional popular.

Do ponto de vista da mediação transcultural, Renato Ortiz e José Mario Ramos (1989), em ensaio sugestivo sobre a evolução histórica da telenovela e a compreensão das inovações tecnológicas dos anos de 1970, momento em que os contornos da indústria cultural começam a ficar evidentes, oferecem uma sugestiva releitura da cultura popular no

Brasil. Ao traçar uma genealogia de continuidades e rupturas do passado da telenovela, nos anos 50, pelo da radionovela, nos anos 40, e o da radionovela pelo do romance folhetim, no século XIX, produtos de fórmulas importadas, eles não apenas recuam a gênese do movimento de globalização, como refletem sobre as modalidades de apropriação na produção cultural de massa. Este esquema analítico se adéqua perfeitamente à evolução sociogenética da literatura infantil e juvenil, que além de empenhar na invenção de um espaço nacional também apostou na difusão de textos para a tradução.

É com o romance folhetim francês que emerge uma esfera de bens ampliados e uma literatura popular transnacional. As narrativas seriadas compõem um novo gênero de exportação marcado pelo entretenimento e por temáticas sentimentais capazes de colocar leitores de diferentes países em contato. Vale notar que os romancistas brasileiros oitocentistas também aderiram ao folhetim. Antes de publicarem os manuscritos em livros, os editores preparavam a recepção pela via da imprensa. Este foi o caso de José de Alencar e também o de Machado de Assim, ambos seguindo as recomendações do editor Garnier. As formas seriadas da literatura infantil e juvenil se inserem na mesma tradição.

Conclusão

Hoje, os produtores de livros e impressos se orientam por uma concepção de campo literário em escala internacional principalmente quando as trocas se intensificam com a concentração de grupos editoriais. As reorientações analíticas do nacional para o transnacional na produção da cultura, de acordo com a socióloga Gisèle Sapiro (2013), demandam uma releitura da teoria dos campos nacionais e do papel do Estado – em especial, da teoria do campo literário – na perspectiva sócio-histórica de longa e média duração, permitindo melhor observar as permanências e as mudanças nas relações de forças entre os espaços nacionais. No Brasil, essas reorientações demandam, sobretudo, uma releitura dos discursos históricos sobre a formação social

da cultura, a exemplo das teorias da dependência e da colonização cultural europeia. O debate aberto por Sapiro sobre os princípios que estruturam a circulação transnacional do livro e as diferentes concepções da diversidade cultural reivindicadas pelos polos da produção restrito e o ampliado merece relevância, com ênfase na discussão da validade heurística do conceito de campo face à morfologia e a história técnico-social da transcultura. A própria ideia da difusão da literatura nacional para mercados estrangeiros reposiciona seu sentido único de imposição para uso e apropriação.

CAPÍTULO 11

CULTURA DA CONVERGÊNCIA, CIRCULAÇÃO DA INFORMAÇÃO E EXPRESSÕES IDENTITÁRIAS NO MUNDO DAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS

Marco Antônio de Almeida

O mundo contemporâneo é resultado, dentre outros fatores, da aceleração das mudanças tecnológicas de final do século XIX e no correr do século XX, marcadas pela multiplicação de suportes da informação: fotografias, microfilmes, cassetes de áudio, rolos de filmes, fitas VHS, CDs, DVDs, até chegarmos aos suportes/repositórios digitais, e às concepções de biblioteca digital. Todos esses processos influenciaram a constituição e a mudança no âmbito da produção, da circulação e da apropriação das formas culturais e do conhecimento (BURKE, 2012; HALL, 1997). Conceitos como os de “mediação” (cultural / da informação), “usuários”, “redes”, “navegação” e “interatividade”, entre outros, se constroem e se consolidam nesse cenário de expansão crescente da oferta de informação e de bens simbólicos.

Considerando-se esse processo histórico e o contexto social mais contemporâneo, nosso interesse direciona-se para o estudo das relações entre práticas culturais e a maneira pela qual elas são influenciadas pela apropriação da informação e das tecnologias. Nosso ponto de partida é a ideia de uma “cultura da convergência”, cunhada por Henry Jenkins (2009), para problematizar questões relevantes em relação às mudanças culturais e sociais, especialmente na maneira pela qual indivíduos e grupos se relacionam com os conteúdos culturais na atual sociedade em rede. Interessam-nos, particularmente, as conexões entre os processos que caracterizam a cultura da convergência e os processos de apropriação cultural e social da informação e do conhecimento. Esses processos

implicam em diferentes assimetrias sociais (na distribuição do poder político, do poder econômico e do poder simbólico) e no estabelecimento de diversas táticas e estratégias na utilização das tecnologias.

Embora a ideia de uma cultura da convergência seja pertinente como descrição de um processo cultural global envolvendo a apropriação cultural mediada pelas tecnologias, características e condições decorrentes das especificidades locais influenciam essa dinâmica. A diversidade de conteúdos e formatos disponíveis nas redes infocomunicacionais, somadas às facilidades proporcionadas pelo formato digital para sua manipulação e reconfiguração possibilitam a hibridização e a recriação cultural por parte dos indivíduos e grupos, gerando distintas possibilidades de apropriação cultural no âmbito de uma cultura da convergência. Nesse sentido é que Jenkins aponta a emergência da figura do *prosumer* (neologismo oriundo da combinação das palavras *producer*=produtor e *consumer*=consumidor). A concepção do *prosumer* parte da constatação de que, potencialmente, os indivíduos na sociedade em rede tornaram-se capazes, com as ferramentas disponíveis, de tornarem-se também produtores de conteúdo. Essa possibilidade estabeleceria um ciclo contínuo entre os papéis de emissores/receptores das mensagens, conferindo-lhes, então, a simultaneidade entre produção e consumo – embaralhando, consideravelmente, o que tradicionalmente compreendemos como “usuários/consumidores”. O perfil do *prosumer* tornou-se cada vez mais comum por conta das mídias sociais, gerando com isso um aumento do fenômeno descrito por Chris Anderson (2006) como “cauda longa”. Essa consistiria na possibilidade de as pessoas encontrarem ofertas culturais minoritárias que seriam de seu interesse, mas que em geral não são providas pela indústria de entretenimento – possibilitando, em muitos casos, a emergência de efetivas culturas de “nicho”.

O objeto e o recorte que propomos para investigar inicialmente essas questões é o universo cultural das Histórias em Quadrinhos (HQs) e a comunidade *geek* que se estrutura em torno delas (neologismo que descreve o conjunto de indivíduos interessados nas HQs e

produtos derivados como filmes, séries, videogames, etc.). Trata-se de um objeto estratégico do ponto de vista heurístico, na medida em que possibilita a análise e a problematização de questões práticas e teóricas, como: Qual é a dinâmica da circulação e da apropriação da informação cultural nesse universo? Quais as estratégias desenvolvidas pelos criadores/produtores culturais para viabilizar e fazer circular seus produtos culturais? Como os públicos usuários se configuram e constroem seus repertórios e hábitos a partir desses processos? De que maneira as TICs vêm afetando a própria linguagem e a forma pela qual essas produções culturais são realizadas? (JENKINS, 2009; HJARVARD, 2014; ALMEIDA, 2016; VERGUEIRO E SANTOS, 2011; MCCLOUD, 2005 & 2006; GIMENEZ MENDO, 2008; VERONEZZI CAPELLARI, 2010; CHINEN, 2013).

Tecnologia, linguagem e circulação da informação nas HQs¹

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) marcam presença nas HQs desde seu período clássico, reproduzindo e ao mesmo tempo colaborando para construir o imaginário social a seu respeito. Basta lembrar a origem de clássicos do gênero, na década de 1930, com raízes no imaginário da ficção científica, como Buck Rogers, Flash Gordon e Brick Bradford, ou mesmo personagens de outros gêneros que ostentavam *gadgets* tecnológicos – o relógio-comunicador de Dick Tracy, a batcaverna de Batman, etc. Isso permitiu aos leitores vislumbrar novas possibilidades de lidar com as informações e também refletir acerca de outros padrões possíveis de sociabilidade. A explosão da internet e a emergência da “sociedade da informação” só reforçaram esse fenômeno.

Muitos autores contemporâneos de HQs refletiram acerca da maneira pela qual as tecnologias moldam determinados aspectos das relações de sociabilidade e de poder. Na década de 1980 a televisão, por exemplo,

¹ Esta seção retoma o trabalho “Utopias e distopias da informação nas HQs de Warren Ellis”, originalmente apresentado nas *IV Jornadas Internacionais de HQs da ECA-USP em 2017*.

é presença onipresente nas narrativas de Frank Miller como *O cavaleiro das trevas* e *Elektra assassina*, cumprindo um papel de conectar a ação dos heróis à sociedade mais ampla e mostrando a maneira pela qual as informações são produzidas e manipuladas. Também Alan Moore, em *V de vingança* e *Watchmen*, reflete acerca da maneira pela qual as tecnologias são determinantes na constituição de uma sociedade da vigilância, que controla e manipula informações de seus cidadãos. Mais contemporaneamente, um dos autores cuja obra é caracterizada por este tipo de reflexão é Warren Ellis, que desenvolve e explora a velha máxima de que “informação é poder”, mostrando seu valor e as dificuldades para acessar e controlar as informações de valor. Nesse sentido, ele antecipa temas caros à sociedade da informação e à cibercultura, como os conceitos de informação em rede e inteligência coletiva. Ao mesmo tempo, Ellis também se filia a uma estética “pós-moderna”, caracterizada pela linguagem autoreferencial, desconstruindo clichês de gênero e, simultaneamente, recuperando informações e referências históricas da cultura “pop”. Essa intertextualidade irá refletir-se não apenas nas construções narrativas, mas também na própria edição das obras, permitindo-nos construir algumas hipóteses acerca dos “regimes de leitura” que elas sinalizam.

Quando Manuel Castells (2003) afirma que a internet é o tecido de nossas vidas no momento, ele está pensando simultaneamente em redes de computadores capazes de se comunicar entre si (numa perspectiva cibernética, próxima à visão de Norbert Wiener), e também numa tecnologia de processamento de informações numa escala gigantesca, capaz de gerar novas formas de organização e controle do capital e das relações sociais. Desse modo, para ele a internet é “o meio de comunicação e de relação essencial sobre o qual se baseia uma forma de sociedade que nós já vivemos — aquela que eu chamo de sociedade em rede.” (CASTELLS, 2003, p. 256). Esse tipo de sociedade, em suas implicações tanto utópicas como, principalmente, distópicas, configura o contexto de fundo das obras de Warren Ellis.

Transmetropolitan foi publicada pela DC Comics entre 1997 e 2002. Seu protagonista é o jornalista “gonzo” Spider Jerusalém, que

atua questionando e lutando contra a corrupção e o abuso de poder em um futuro distópico. Entre os temas abordados estão: liberdade de expressão, criogenia, nanotecnologia, mutações físicas e outros aspectos da tecnologia que transformam o cotidiano retratado na obra. Um jornalista como personagem principal revela-se um bom recurso narrativo para a reflexão sobre o papel das mídias e dos processos de recepção e interação das pessoas com os artefatos científicos e tecnológicos e as diversas interpretações veiculadas pelos meios de comunicação. O cotidiano descrito em *Transmetropolitan* permite problematizar a incorporação intensiva da tecnologia como única via para o desenvolvimento e o bem-estar da humanidade. Por meio de críticas aos modos de vida relacionados às aplicações da ciência e da tecnologia em grandes centros urbanos, Ellis pinta um retrato irônico de um futuro reificado, no qual a tecnologia condiciona profundamente as relações sociais.

Em 2002, quando os *smartphones* eram ainda um sonho e as pessoas estavam começando a descobrir as redes sociais, *Frequência global* explorava as potencialidades dessas tecnologias, num registro menos pessimista que a obra anterior, mas ainda assim crítico. Tratava-se de uma agência de “gerenciamento de crises”, constituída por um “coletivo inteligente”, composto por diversos especialistas do mundo em diferentes áreas, acionados por celulares avançados. No comando da organização, a misteriosa chefe de campo Miranda Zero e, numa base de operações secretas, Aleph, uma ciberpunk responsável pela arquitetura/tecnologia de informação que conecta e monitora os agentes em situações de crise. Uma abordagem que veio na contracorrente dos acontecimentos de setembro de 2001: enquanto diversas HQs se alinhavam às demandas por maior “endurecimento” dos governos e órgãos oficiais e tratamento mais rígido a quem fosse visto como potencial suspeito, produzindo histórias de justiceiros e/ou enaltecendo policiais, militares, ideias nacionalistas norte-americanos etc., Ellis propunha uma organização civil, transnacional, que atua à margem dos governos (ainda que pudesse colaborar com eles). Suas armas são a informação, a colaboração e a gestão coletiva do conhecimento.

Tomando como referência as ideias de Pierre Lévy, podemos perceber alguns paralelismos entre a visão de mundo deste e a de Ellis: em suas obras, as tecnologias não possuem um sentido único e geral, mas tem relação com a conjuntura histórico-social, numa perspectiva muito mais condicionante que determinista: “dizer que a técnica condiciona significa dizer que abre algumas possibilidades, que algumas opções culturais ou sociais não poderiam ser pensadas a sério sem sua presença” (LÉVY, 1998, p. 25). Entre essas possibilidades, podemos incluir o que Lévy denomina de “inteligência coletiva”, que seria “o estabelecimento de uma sinergia entre competências, recursos e projetos, a construção e manutenção dinâmicas de memória em comum, a ativação de modos de cooperação flexíveis e transversais, a distribuição coordenada dos centros de decisão” (LÉVY, 1998, p. 29).

O “ativismo” dos personagens de Ellis, seja na perspectiva mais individualista e anárquica de Spider Jerusalém, seja no esforço concatenado dos diversos especialistas de *Frequência global*, também encontram similaridade em algumas ideias de Henry Jenkins (2009) a respeito da cultura da convergência, caracterizada, entre outras coisas, por um perfil maior de participação e engajamento dos sujeitos nos processos culturais. Jenkins assinala a passagem do consumidor “passivo” para uma figura mais ativa e participativa, o “prosumer”, como veremos adiante.

Os procedimentos de intertextualidade e auto-referencialidade se acentuam em outra obra de Ellis, *Planetary* (publicado de forma irregular entre 1999-2006, com um episódio de conclusão publicado apenas em 2009). *Planetary* é uma organização que se auto-define como “Arqueólogos do Impossível”, e busca levantar dados e informações relacionados à “história secreta” do mundo. A equipe é formada por três personagens: Jakita Wagner, uma mulher com características sobre-humanas de força e rapidez; o Baterista, um jovem capaz de conversar com computadores e quaisquer outros tipos de mecanismos eletrônicos, praticamente uma interface viva da informação; e Elijah Snow, capaz de controlar a temperatura e aparentemente recém-chegado ao grupo, mas

que posteriormente se revela o misterioso “quarto homem” que dirige secretamente a organização.

O *Planetary* viaja ao redor do globo investigando fenômenos fora do comum: monstros e criaturas do gênero, relíquias misteriosas, outros superseres e segredos estratégicos que permanecem ocultos do resto do mundo. Essa busca é mobilizada em parte pela curiosidade e em parte pela utilidade que esses conhecimentos teriam em prol da humanidade. Sua máxima: “Esse é um mundo estranho e pretendemos mantê-lo assim”. O *Planetary* possui antagonistas que se opõem aos seus propósitos, cuja história se entrelaça com a deles próprios e que vai sendo revelada gradualmente durante a série. Essa dimensão narrativa ganha maior destaque nos últimos episódios da saga e o enredo torna-se cada vez mais relacionado ao enfrentamento com esse grupo, “Os Quatro” (uma versão “em negativo” do “Quarteto Fantástico”, da Marvel), cujos objetivos são exatamente opostos.

Planetary traz temas caros a Ellis, encenando a questão do conhecimento e da informação na sua própria arquitetura narrativa e visual. No conjunto, a obra pode ser vista ao mesmo tempo como um tributo e como um compêndio da cultura pop do século XX, trazendo referências não só ao universo das HQs, como também às revistas *pulp*, à literatura popular, ao cinema oriental de monstros e filmes de gângsteres de Hong Kong, à contracultura lisérgica, às teorias da conspiração, etc. Cada edição se constrói a partir de um conjunto de referências às histórias dessa cultura pop do século XX, passeando pelas diversas linguagens e meios, adaptando-os à linguagem das HQs. Para tanto, Ellis recorre desbragadamente ao artifício de mesclar gêneros e personagens-citação – aqueles que se assemelham a outros muitos conhecidos, e que embora reconhecíveis, não se confundem com os mesmos.

A primeira história, que abre a série, é exemplar do uso desse tipo de procedimento. A trama gira em torno da entrada de Elijah Snow na equipe (“entrada” que, no desdobrar da série, descobriremos ser mais complexa). Juntamente com Jakita e o Baterista, ele penetra numa

construção em uma montanha afastada que, no decorrer do episódio, revela-se a base de uma equipe de super-heróis da década de 1940. Aqui aparecem os personagens-citação, arquétipos identificáveis de personagens *pulps* como Doc Savage, Sombra e Fu Manchu. Acidentalmente esse grupo havia aberto um portal para outra dimensão, permitindo que outro grupo de superseres (também personagens-citação similares à Liga da Justiça) invadisse a realidade dos heróis *pulps*, desencadeando uma intensa batalha entre eles, deixando o Dr. Axel Brass como único sobrevivente e testemunha da história para o *Planetary*. Como na nossa “realidade”, os heróis *pulps* foram dizimados pelos super-heróis de uniforme colorido da DC e da Marvel, perdendo seu lugar para os superseres nas bancas e casas do gênero.

A 13ª edição traz outro bom exemplo, com um episódio que é uma homenagem à literatura do século XX, a autores como H.G. Wells, Júlio Verne e Conan Doyle, referências para o que ocorre na trama. Por meio de um flashback do começo do Século XX, vemos o encontro de Snow com o grupo que tentou controlar o mundo no Século XIX, formado pelos personagens da literatura popular vitoriana: Frankenstein, Drácula, Sherlock Holmes, Homem Invisível, criaturas reptilianas, entre outros. No desenlace da trama, Elijah Snow torna-se o pupilo de um Sherlock Holmes já ancião, instituindo-se como continuador de sua linhagem, mas com suas próprias características – um ator dos acontecimentos, que une o conhecimento à ação.

Este tipo de narrativa, que demanda uma quantidade substancial de informações e repertório cultural por parte do leitor, está intrinsecamente ligada a um conjunto de mudanças no mundo das HQs, que envolve conteúdos e linguagens, bem como formatos (*graphic novels*, encadernados), formas de circulação (dos produtos, mas também da informação) e de processos de legitimação simbólica (que passa pela constituição de circuitos especializados), o que implica que esse leitor possua um conhecimento enciclopédico cada vez mais amplo. O conceito de enciclopédia ou de conhecimento enciclopédico poderia ser traduzido, em outras palavras, como o patrimônio cultural (de um

indivíduo ou de uma comunidade), que compreende toda a gama de experiências e informações, o conhecimento de convenções, o maior ou menor domínio dos códigos de linguagem, referenciais religiosos, sociais, políticos, etc. Desse modo, nenhum texto (e estamos compreendendo texto aqui no seu caráter mais aberto de produção cultural) pode ser lido independentemente da experiência de outros textos — e o grau dessa experiência determina diferenças substantivas entre os leitores: “As encenações intertextuais, pelo contrário, são esquemas retóricos e narrativos que fazem parte de um repertório selecionado e restrito de conhecimento que nem todos os membros de uma determinada cultura possuem” (ECO, 1986, p. 66). Assim, alguns leitores são vítimas de clichês, golpes teatrais, velhos esquemas de suspense ou terror que um leitor mais sofisticado, ao contrário, considera bastante banais, prevendo com mais facilidade o fim da história e, eventualmente, se deleitando com a violação de algumas regras narrativas que quebram as expectativas do leitor comum. O leitor de HQs encontra-se hoje numa situação semelhante à descrita por Umberto Eco em relação ao espectador de filmes e séries:

Aqui o espectador deve saber muitas coisas [...] deve, em suma, possuir não somente um conhecimento dos textos mas também um conhecimento do mundo, ou seja, das circunstâncias externas aos textos. [...] Antigamente, um fenômeno desse gênero era típico de uma arte experimental que pressupunha um leitor-modelo culturalmente assaz sofisticado. O fato de tais procedimentos serem sempre mais comuns no universo dos meios de comunicação de massa nos leva a algumas considerações: os *mass media* se preocupam com __ pressupondo-as __ informações já veiculadas por outros *mass media*. (ECO, 1989, p. 127).

A quantidade desse tipo de informação demandada por cada história e pela série como um todo é enorme, sinalizando como leitor ideal aquele tipo de leitor denominado de “leitor de segundo nível” por Umberto Eco, que não está focado exclusivamente no desenrolar da narrativa em si, mas nas referências, apropriações e recriações de que o autor lança mão. Se, no passado, coube à crítica fazer a mediação dessas informações para o público melhor compreender as obras, agora, muitas vezes,

a própria crítica se encontra na mesma situação ou como em alguns casos, dado o desconhecimento de muitos dos críticos sobre esse universo popular massivo do público ___, até pior².

No âmbito de uma “sociedade da informação”, uma visão de senso comum postularia que o ato de se informar seria algo bastante prosaico ___ o que não é verdade. Uma reflexão que se impõe é acerca das estruturas de interpretação utilizadas para passar da recepção das informações à sua apropriação como conhecimento. Nesse sentido, a informação é secundária em relação aos sistemas de conhecimento, aos esquemas de interpretação socioculturais que lhe atribuem valor e *status* e que “permitem separar a informação relevante do ‘ruído’ provocado pelo incessante e sempre crescente fluxo informacional. Cabe interrogar, portanto, de que maneira esses quadros simbólicos de interpretação são construídos e compartilhados.” (ALMEIDA, 2009, p. 186)

Nossa hipótese é de que as TICs ___ especialmente a internet ___ multiplicaram os canais de expressão dos *reviewers*, ampliando o espaço de produção e circulação de informações culturais e reconfigurando os circuitos de crítica e mediação. Diariamente surgem cada vez mais *sites* e *blogs* dedicados ao cinema, às HQs, aos seriados, sejam de crítica e/ou de informação, produzidos pelos próprios espectadores/leitores. Alguns *sites* possuem caráter mais geral, outros se especializam em determinados recortes: temas, períodos, gêneros narrativos, origem geográfica, diretores e/ou autores específicos, etc. São fontes importantes de informações para uma melhor compreensão das obras e dos universos culturais nelas referenciados.

² A essa altura da discussão pode ser esclarecedor considerar a distinção que em inglês é expressa pelos termos *critic* e *reviewer*. No caso do *critic*, o diálogo privilegiado é com os realizadores, com as pessoas que de um modo geral estão ligadas à produção cinematográfica, buscando emitir assim opiniões e conselhos que contribuam para estimular a produção e evitar possíveis equívocos. Já o *reviewer*, especialmente para os americanos, é a pessoa que escreve textos de natureza crítica com o propósito de orientar seus leitores, relatando suas próprias reações e compartilhando critérios de julgamento pessoal em relação à obra; cumpre, portanto, a função de guia, de comentador. É aqui que entram as novas possibilidades descortinadas pelas TICs.

Cultura da convergência e o mundo das HQs

Henry Jenkins (2009) afirma que vivemos um momento de colisão entre novas e velhas mídias, entre produtores e receptores. O pensamento convergente lança um olhar particular sobre a cultura popular, reconfigurando as relações entre públicos, produtores e conteúdos da mídia³. Este diagnóstico é estabelecido a partir da relação entre três conceitos: convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva. A convergência dos meios de comunicação não é um fato exclusivamente tecnológico, que ocorreria apenas por meio de aparatos cada vez mais sofisticados – na verdade, a “convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros” (JENKINS, 2009, p. 30). Indivíduos e grupos constroem seus imaginários próprios, costurando e conectando pedaços e fragmentos de informações extraídas do fluxo midiático, transformando-os em recursos para a compreensão da vida cotidiana. Aqui, o autor recorre ao conceito de “inteligência coletiva” de Pierre Lévy (1998): na medida em que existem mais informações sobre determinado assunto do que um único indivíduo ou grupo possa efetivamente se apropriar, há um incentivo extra para que conversem entre si sobre a mídia que consomem. Para Jenkins (2009, p. 30), “a inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático”. O foco maior de Jenkins é nas mudanças de “protocolos”, mais que nas mudanças de tecnologia em si: “A convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação” (JENKINS, 2009, p. 44).

Ao tecer suas considerações sobre a cultura popular, Jenkins a está concebendo principalmente como o produto da indústria cultural do entretenimento, veiculada e consumida massivamente por meio da mídia. Sua atenção volta-se, basicamente, para os efeitos da internet e

³ Para uma discussão acerca das diferentes concepções de “cultura popular” tendo em vista o contexto norte-americano de Jenkins e o contexto latino-americano, em especial brasileiro, vide ALMEIDA, 2016.

das redes colaborativas na reconfiguração dos meios de comunicação anteriores. A diversidade de conteúdos e formatos disponíveis nas redes infocomunicacionais, somadas às facilidades proporcionadas pelo formato digital para sua manipulação e reconfiguração possibilitam a hibridização e a recriação cultural por parte dos indivíduos e grupos, gerando distintas possibilidades de apropriação cultural no âmbito de uma cultura da convergência.

Nesse sentido é que Jenkins (pegando carona num conceito cunhado por Alvin Toffler) aponta a emergência da figura do “prosumer” (neologismo oriundo da combinação das palavras “produtor” e “consumidor”). A concepção do prosumer parte da constatação de que, potencialmente, os indivíduos na sociedade em rede tornaram-se capazes, com as ferramentas disponíveis, para tornarem-se também produtores de conteúdo. Essa possibilidade estabeleceria um ciclo contínuo entre os papéis de emissores/receptores das mensagens, conferindo-lhes, então, a simultaneidade entre produção e consumo – embaralhando, consideravelmente, o que tradicionalmente compreendemos como “usuários”. O perfil do “prosumer” tornou-se cada vez mais comum por conta das mídias sociais, gerando com isso um aumento do fenômeno descrito por Chris Anderson (2006) como “cauda longa”. Essa consistiria, para ele, na possibilidade das pessoas encontrarem ofertas culturais minoritárias que seriam de seu interesse, mas que em geral não são providas pela indústria de entretenimento – possibilitando, em muitos casos, a emergência de efetivas culturas de “nicho”.

E se radicalizarmos o argumento de Anderson, no sentido de compreender a internet como sendo, na verdade, um conjunto de culturas paralelas? As observações de Frédéric Martel (2015) apontam nessa direção. Para ele, a internet promove uma “re-territorialização”, na medida em que a web seria muito mais local, regional, eventualmente nacional ou transnacional do que propriamente “global”. Ele lembra que a expressão “comunidade” (*community*) em inglês não está necessariamente vinculada a um território específico, podendo remeter ao mesmo tempo a um grupo étnico, uma minoria sexual, uma religião ou

a um bairro: “às vezes, esse ‘território’ assume uma forma linguística ou cultural; reflete então uma comunidade unida por interesses, afinidades ou gostos” (MARTEL, 2015, p. 417). A idéia de paratextualidade desenvolvida por Gérard Genette (2009) considera que o texto geralmente se apresenta reforçado por certo número de produções, sejam elas verbais ou não-verbais que de alguma maneira o cercam e o prolongam, configurando sua presença no mundo, sua “recepção” e seu consumo. Nessa perspectiva o texto é ampliado pelos elementos que o circundam – não só os elementos pré-textuais e pós-textuais, mas também a rede de comentários, próprios da crítica ou fora do âmbito dela.

Vale levar em conta aqui a perspectiva de Hjarvard (2014), para o qual o mundo passa por uma mediatização intensa da cultura e da sociedade que não se limita à formação da opinião pública, mas atravessa quase todas as instituições sociais e culturais. Desse modo, outras instituições necessitam cada vez mais de recursos da mídia, o que envolve sua habilidade de representar a informação, construir relações sociais e ganhar atenção com ações comunicativas. Hjarvard retira como implicação desse raciocínio que ocorre um impacto na formação dos capitais e competências culturais decorrente da concorrência dos laços fracos⁴ proporcionada pelos meios de comunicação. Como nova forma preferencial de interação na sociedade da informação, reúne tanto elementos racionais como emocionais: “devido à natureza em parte privada, em parte pública da sociabilidade, o reconhecimento por intermédio dos meios de comunicação muitas vezes assume igualmente uma forma emocional e uma forma racional.” (HJARVARD, 2014, p. 237) Confluem aqui as ideias de comunidade de gosto, de um lado, e de outro a produção de “estruturas de senti-

⁴ Um indicador da força social que une os indivíduos é frequência e a duração de suas interações. De um modo geral, os laços sociais fortes são considerados importantes para a coesão geral da sociedade. Hjarvard recupera a afirmação de Granovetter, para quem os laços fracos são superiores aos fortes em certos aspectos, no que diz respeito, por exemplo, à difusão das informações nas redes sociais. Eles permitem alcançar uma quantidade maior de pessoas e percorrer uma maior distância social (no caso, um maior percurso na rede) em comparação com os laços fortes, o que permitiria falar da ‘força dos laços fracos’ (HJARVARD, 2014).

mento”, de “formações culturais” (WILLIAMS, 1992), para as quais, na sua configuração contemporânea, a paratextualidade assume um papel estratégico e definidor.

O paratexto é formado por duas modalidades paratextuais: o peritexto e o epitexto. O peritexto refere-se à uma categoria espacial marcada pela continuidade ou unidade da obra. Os elementos peritextuais circundam o texto dentro do próprio espaço da obra, estando em continuidade direta, como o nome do autor, os títulos e intertítulos e toda materialidade daí advinda, como as indicações de coleção, capa, ilustração etc. O epitexto, por sua vez, também está situado no entorno do texto, porém a uma distancia marcada por uma descontinuidade em relação à obra. Os elementos epitextuais são divididos em públicos, os que tomam forma nos suportes midiáticos, como as entrevistas do autor, debates, resenhas etc., e os privados, como correspondências e diários que, com o tempo, podem passar a integrar a obra. Assim, o epitexto é, por excelência, o discurso do mundo, na mediada em que ele envolve o livro, o lança mesmo, mas sem nele se misturar. É-lhe totalmente exterior.

No caso dos quadrinhos, podemos mencionar a “invasão inglesa” que ocorreu a partir dos anos 80 e modificou profundamente o estilo das histórias produzidas por editoras como a Marvel e a DC Comics norte-americanas. Autores (o termo se justifica, na medida em que são escritores/roteiristas) como Neal Gaiman (*Sandman, Livros da magia*), Alan Moore (*Watchmen, HellBlazer, Promethea*), Grant Morrison (*Homem-animal, Patrulha do destino, Invisíveis*) e o próprio Warren Ellis criaram obras constituídas a partir de um universo de referências e citações internas ao próprio gênero e para além dele, cobrindo a literatura, o cinema, a música a política e a ciência. As próprias editoras passaram a incorporar a esses trabalhos glossários de termos, guias e textos com comentários para auxiliar o público em sua leitura. Como se isso não bastasse, também as comunidades de fãs/leitores passaram a produzir seus próprios *fanzines, sites e blogs* para disseminar informações, comentários e críticas acerca das obras.

Como mesmo para esse leitor a quantidade de informações necessárias é muito grande, uma prática que foi se tornando cada vez mais comum foi a criação e a multiplicação de “paratextos” acompanhando as histórias, na forma de glossários, editoriais explicativos, etc., complementados e/ou expandidos nos blogs e sites dedicados ao gênero e mantidos por profissionais e/ou aficionados, e que cada vez se multiplicam mais, sinalizando, em alguma medida, um novo “regime de leitura” instaurado por este tipo de produção cultural. No Brasil, *Planetary* foi inicialmente publicado na extinta revista *Pixel*, que dedicou alguns editoriais para comentar a série e esclarecer aspectos da mesma para seus leitores. O procedimento se manteve e se ampliou com as introduções nas edições encadernadas da Editora Devir e nos encadernados da Editora Panini, que reuniram os 27 episódios que compõem a série completa. As demais obras de Ellis, assim como as outras já mencionadas de Miller, Moore, Gaiman, etc. também receberam tratamento semelhante. A circulação de informações e discussões sobre essas publicações estende-se também aos muitos sites e blogs especializados em HQs, aos fóruns de debates, às páginas das redes sociais como Facebook, Twitter, etc. Nesse sentido, em alguma medida os paratextos também se tornaram uma estratégia comercial, “agregando valor” aos produtos, que são reconfigurados em outros formatos mais “nobres” e de maior custo: encadernados especiais, edições de colecionador, edições históricas, edições “definitivas”, etc. De qualquer modo, esse conjunto de práticas culturais – dos produtores, autores, leitores e mediadores especializados (críticos, editores, etc.) sintonizam-se um regime de circulação dos bens simbólicos de uma sociedade da informação marcada pela cultura da convergência.

Esse universo paratextual que orbita em torno da obra não possui, necessariamente, uma regularidade sistemática: existem livros sem prefácio, obras que não geram fortuna crítica, autores refratários a eventos ou entrevistas, etc. As configurações e materializações do paratexto sofrem modificações de acordo com cada época, cultura ou gêneros da narrativa. Em nossa época midiática, a produção de discursos que circulam uma obra multiplica-se exponencialmente, o que contribui fortemente

para a sua divulgação e contribui na constituição de sua matriz de recepção, na formação de protocolos sociais de leitura. Além disso, como já mencionado, esses protocolos de leitura incorporam elementos socio-culturais mais amplos, que não se restringem aos códigos internos das obras. No momento atual, esses protocolos também se abrem para as questões de representação identitária, principalmente as que envolvem as populações negras, as mulheres e os grupos GLBT.

HQs, TICs e representações sociais

Aqui propomos uma abordagem exploratória de duas polêmicas recentes envolvendo questões de gênero, acerca da representatividade dos autores e autoras no universo das HQs, buscando estabelecer um mapeamento inicial do território a ser pesquisado e suas dinâmicas de funcionamento, além de testar alguns referenciais analíticos para abordagem do mesmo. Nosso foco principal está voltado para o Brasil, embora sejam necessárias algumas referências e incursões pela discussão global das HQs para contextualizar melhor o cenário nacional. Escolhemos tanto sites voltados especificamente para estes temas, assim como sites que, embora não voltados exclusivamente para as HQs, abriram espaço para elas em função dessas polêmicas culturais. Pesou na escolha a popularidade desses sites na comunidade *geek*, bem como sua afinidade com os temas elencados.

A abordagem do universo das HQs aqui proposta possui dois fios condutores. O primeiro é a ideia de representação social, tal qual sinteticamente exposta por Stuart Hall (2016) – o processo pelo qual os membros de uma cultura usam a linguagem para produzir sentido e conhecimento. Hall propõe uma abordagem construtivista que se apoia em duas vertentes: uma vertente semiótica/semiológica, influenciada por Saussure e Barthes, concentrada na maneira pela qual os signos produzem sentidos; uma vertente discursiva, influenciada por Foucault, que se concentra em como o discurso e as práticas discursivas produzem conhecimentos. O segundo fio condutor é o conceito de “cultura

da convergência”, já mencionado, e que permite focar particularmente uma discussão que é cara à CI, que é a das conexões entre os processos que caracterizam a cultura da convergência e os processos de apropriação social da cultura e da informação.

São questões que, embora formuladas no âmbito do universo das HQs, retomam as discussões mais amplas sobre identidades sociais e culturais e suas representações no território dos meios de comunicação, propostas, por exemplo, por Stuart Hall (1997, 2011, 2016) e, no caso específico das HQs, McCloud (2006) e Chinen (2013). Nossa perspectiva considera que o universo da HQs funciona simultaneamente como uma forma de consumo cultural e uma forma de expressão cultural, que se realiza na produção e no consumo, por meio de diversas modalidades de interação. Essas modalidades podem compreender desde formas de viabilizar a produção artística (plataformas de crowdfunding e crowdsourcing⁵), sites e blogs autorais de veiculação das HQs produzidas, participação em fóruns de debates e críticas da produção de HQ, sites de vendas e organização de eventos, entre outros.

Essa hipótese nos leva a considerar que o mercado dos quadrinhos encontrou formas de se desenvolver mesmo com todas as dificuldades encontradas em relação à publicação física e o alto custo de se criar um trabalho artístico. O uso das tecnologias digitais, bem como das possibilidades abertas pelas redes sociais, contribuiu fortemente para esse resultado, que reconfigura as relações entre produtores/consumidores de produtos e informações culturais ligadas às HQs. Ainda nesse sentido, outra hipótese relacionada é a de que as facilidades proporcionadas pelos usos das TICs, em especial nas redes sociais, abriram

⁵ No que diz respeito às modalidades de viabilização da produção artística por meio das tecnologias digitais (crowdfunding/crowdsourcing), podemos considerar que este mercado ainda está em desenvolvimento no Brasil. Surgiram plataformas como a Catarse e a Social Comics, voltadas a propiciar suporte para os quadrinhistas desenvolverem seus trabalhos através de alguma forma de financiamento e benefício para os que ajudam os projetos lá cadastrados. A Catarse é uma plataforma de crowdfunding, ou financiamento coletivo, que serve para diversos tipos de projetos e oferece benefícios ao público que colabora. A Social Comics, por sua vez, é uma plataforma que se assemelha ao Netflix, onde os usuários pagam uma taxa de assinatura para ter à sua disposição um banco de dados de quadrinhos bem variados.

perspectivas para uma maior representatividade do público em geral, quebrando o modelo hegemônico do tradicional tipo de leitor de HQ – homem branco, jovem e heterossexual – introduzindo temas como o feminismo, o racismo, o homossexualismo e o transexualismo, entre outros, que passaram a incomodar uma parcela desses leitores tradicionais e geraram um conjunto de debates e polêmicas em fóruns, chats, comentários de sites e páginas da internet, etc. que movimentaram esse ambiente cultural.

Do ponto de vista de apropriação da TICs na internet, uma referência importante no Brasil é o MinasNerds, um coletivo que foi criado em março de 2015 e que hoje conta com mais de cinco mil mulheres em seus grupos de discussão digital, organizando-se como empresa e em crescimento acelerado. Iniciou como um grupo de Facebook (que ainda é ativo), criado especialmente por e para mulheres, a fim de discutir seus hobbies: HQs, cosplays, RPG, board games, games, literatura, música, cinema e séries de TV. Posteriormente, também foi criada uma página na internet (<http://www.minasnerds.com.br>). De lá para cá, o grupo começou a perceber a diversidade e riqueza da proposta e do universo que abarcava: ilustradoras, roteiristas, designers de videogames, programadoras, acadêmicas, como também cientistas, médicas, atrizes, jornalistas, publicitárias, mulheres atuantes nos mais diversos âmbitos da sociedade e que possuíam em comum a paixão pela cultura geek. Ao mesmo tempo surgiram relatos de abusos, perseguições, misoginia sofridos no dia-a-dia pelas mulheres, e de como eram deixadas à margem desse nicho de mercado e grupo de interesse, um reduto tradicionalmente masculino.

Entre as principais polêmicas que foram assunto das redes e blogs voltados para as HQs desde a criação do Minasnerds estão as que envolveram a premiação dos Troféus HQMIX, no Brasil, em 2015, e a seleção dos indicados para o prêmio do Festival de Angoulême, na França, em 2016. No caso do HQMIX, além de críticas à publicidade do evento, considerada machista, foi questionado que apenas 13% das publicações indicadas eram de autoria de mulheres; algumas categorias importantes

não possuíam nenhuma mulher indicada. A polêmica acabou tendo reflexos na premiação de 2016, quando a personagem escolhida para dar rosto ao troféu desse ano foi a Super-Mãe, de Ziraldo, esculpida pelo artista plástico Olintho Tahara, e com as premiações especiais de Alice Takeda, diretora de arte há mais de 40 anos na **Maurício de Sousa Produções** (MSP), e de Eva Furnari, escritora e ilustradora desde 1980. Uma novidade da premiação foi o sistema de votação aberto, que permitiu que qualquer pessoa votasse. De qualquer forma essa e outras iniciativas parecem ter sido geradas a partir das polêmicas e críticas recebidas na edição de 2015.

Internacionalmente, a 43ª edição do Festival Internacional de Quadrinhos de Angoulême, em 2016, um dos maiores e mais importantes eventos do gênero, protagonizou polêmica semelhante: a lista de 30 nomes indicados para o prêmio não incluía uma única mulher. Após polêmica e boicote de artistas, a direção do evento inicialmente divulgou que iria acrescentar mulheres à lista, mas justificou a decisão dizendo que não pode reformular a história e que no passado, sempre que a lista incluiu mulheres, ninguém votou naquelas artistas. Mais tarde, outro comunicado mudou completamente os rumos da premiação: ninguém foi indicado. Os membros da entidade e todos aqueles que tiveram seus trabalhos publicados na França, em 2015, foram convidados a votar em quem quisessem para o “Grand Prix”, o prêmio mais importante, que coroa um artista e toda sua obra em retrospectiva. Segundo os organizadores, esse seria o passo final para a democratização das indicações do prêmio, aceitando a vontade dos autores para eleger o vencedor.

No caso das abordagens étnicas, ganha especial destaque a temática dos direitos dos negros, a herança da escravidão e as políticas de afirmação, que põem em destaque a construção de imagens de empoderamento (*empowerment*) e afirmação vinculadas às populações negras. Nos EUA, por exemplo, o personagem do herói negro da Marvel Comics, o Pantera Negra (monarca de um país africano super-avançado tecnologicamente e fugia às convenções da representação do continen-

te nas HQs) foi roteirizado em uma minissérie por Ta-Nehisi Coates, jornalista, escritor e ativista negro⁶. Outros grupos também mereceram destaque recente por parte da Marvel, como ilustra o caso da personagem Miss Marvel – cuja identidade secreta é Kamala Kahn, uma adolescente muçulmana de ascendência paquistanesa, cujas principais dificuldades não decorrem do confronto com super-vilões, mas de lidar com as dificuldades sociais e culturais decorrentes de sua origem familiar e religiosa. No Brasil, fugindo do gênero super-heróis, trabalhos como o de Marcelo Salet (Cumbe, *Angola Janga*) propõem re-leituras da escravidão, assim como os de André Toral, que refletem sobre o papel das populações indígenas nos processos históricos de formação do povo brasileiro (*Os Brasileiros, Holandeses*). A presença de uma seção especificamente dedicada às informações e discussões sobre HQs no site de uma tradicional organização não-governamental de ativismo no combate ao racismo e em prol dos direitos afirmativos da população negra como o Geledés, demonstra a importância e a representatividade que essa produção cultural atingiu.

Considerações finais

Para analisar o conjunto de questões levantadas anteriormente em relação a esse universo das HQs consideraremos a perspectiva de Hjarvard (2014), para o qual o mundo passa por uma midiaticização intensa da cultura e da sociedade que não se limita à formação da opinião pública, mas atravessa quase todas as instituições sociais e culturais. Desse modo, outras instituições necessitam cada vez mais de recursos da mídia, o que envolve sua habilidade de representar a informação, construir relações sociais e ganhar atenção com ações comunicativas. Inspirado pela teoria da estruturação e pelas lógicas da

⁶ O filme baseado no personagem – com predominância quase absoluta de profissionais negros nas interpretações, direção, pesquisa de figurinos, assim como uma visão da África que buscou fugir de estereótipos consagrados – estreou próximo ao fechamento deste texto, e não pode ser abordado aqui. Mas a repercussão causada pelo mesmo, assim como as discussões geradas em sites especializados ou não sobre HQs e cultura geek, demandaria toda uma discussão à parte.

perspectiva institucional, Hjarvard compreende as mídias como estruturas que condicionam e permitem a ação humana reflexiva, e propõe analisar seu papel em vários contextos sociais, ancorando a teoria da midiaticização na teoria social geral. O seu entendimento da midiaticização compartilha um território comum com a noção de “mediação”, ao deslocar o foco da mídia individual para o papel da mídia na interação social e na mudança cultural.

Warren Ellis, como criador sintonizado a sua época, desenvolve e explora temas relacionados às influências políticas, sociais e culturais das TCs., Desse modo, ele assinala temas caros à cultura da convergência e à cibercultura, como os conceitos de informação em rede, inteligência coletiva, colaboração, interatividade. Simultaneamente, ao incorporar às suas narrativas uma linguagem auto-referencial, desconstruindo clichês e reciclando informações e referências históricas da cultura “pop”, possibilitou-nos construir algumas hipóteses acerca dos “regimes de leitura” que suas obras sinalizam.

Ao apontarmos para a multiplicação dos paratextos, ficcionais ou não, buscamos marcar algumas das características das práticas culturais contemporâneas, que se inscrevem num cenário midiático que compreende textos, públicos e circuitos industriais e comerciais. Os paratextos circulam por entre estas três dimensões, estabelecendo trajetórias e passagens entre elas, revestindo-se de uma natureza cada vez mais cooperativa no âmbito de uma “cultura da convergência”. Essa relação mais colaborativa e “dialógica” espraia-se por fóruns de debates e de comunicação dos fãs, sites, blogs, eventos multimidiáticos, etc., configurando-se também como um mecanismo de feed-back para as indústrias culturais.

Podemos entender as indústrias culturais e seus sistemas de mídia como organizações que atuam na seleção, na formatação e na distribuição de bens informacionais, sejam eles músicas, textos, imagens, informações transformadas em notícias etc. Essas atividades implicam no controle do acesso aos bens imateriais e seus suportes e canais de exibição/transmissão. Em larga medida, podem ser descritas como

indústrias da intermediação – o que não implica desconsiderar a importância do receptor e das mediações no processo comunicativo. Podemos conectar isso às observações de Jenkins (2009), e refletir como no atual contexto a mediação pode possibilitar o direito das pessoas comuns de contribuir ativamente com a sua cultura, ampliando as possibilidades de participação, ainda que com diferentes graus de influência e reconhecimento social.

O que resulta dessa perspectiva é a constatação de que a mídia se tornou institucionalizada dentro de outros domínios sociais, adquirindo simultaneamente o *status* de instituição social em si mesma. O que Hjarvard aponta, concomitantemente, é que sua preocupação está em assinalar a função integradora dos meios de comunicação – se é positiva ou negativa, se assinala novos modos de criatividade ou de conformidade, é outra questão. O fato é que as fronteiras entre “produtores” e “usuários” estão cada vez menos demarcadas.

Jenkins traça sua cartografia exploratória dessas novas práticas culturais interativas proporcionadas pela tecnologia digital a partir, principalmente, da reelaboração dos conteúdos de mídia proporcionadas pelas práticas colaborativas de determinados grupos – em particular, comunidades de fãs. A hipertextualidade e a transmidialidade, paradigmas dessa cultura da convergência, apoiados na disseminação das tecnologias digitais, desenhariam um cenário no qual a redistribuição do poder cultural – tanto no plano simbólico como no âmbito da produção – se apresentaria de maneira mais favorável ao polo popular da esfera cultural do que em períodos anteriores da história. Por outro lado, isto não implica numa visão necessariamente “otimista”, já que velhos conflitos ainda persistem, assim como novos também começam a se configurar – como a guerra cultural em torno da disputa por representações identitárias, nas quais o mundo das HQs encontra-se diretamente envolvido. Mas isso é assunto para outra discussão.

O conjunto de considerações e questionamentos relativos às tecnologias digitais e às redes colaborativas aponta que sua presença, mesmo que problemática, enriquece e disponibiliza novos meios

e recursos para a criação cultural e para a dinamização das relações sociais. Ao término dessa análise exploratória esperamos obter elementos para uma melhor compreensão das características gerais e específicas de processos de produção cultural, circulação e apropriação de formas culturais levadas a cabo contemporaneamente e sua relação com as TICs, a partir do recorte no universo das HQs, particularmente no Brasil. Procuramos compreender melhor como as HQs e o meio a elas relacionado – produtores, crítica, público – reagiu aos processos de mudança social que envolvem maior protagonismo de grupos antes minoritários ou marginalizados, como mulheres, negros, homossexuais e outros.

CAPÍTULO 12

UNIDOS (NÃO NOS) VENDEREMOS: TRÊS MODOS DE INVENTAR A EDIÇÃO INDEPENDENTE

José de Souza Muniz Jr.

A própria designação atribuída e assumida pelo grupo parecia abrir um leito natural sobre o qual podíamos fazer correr as águas da autoatribuição, que levariam a precária embarcação do 'conceito operacional' a desaguar na argumentação do laudo antropológico. [...] Ceder a esse atalho semântico significaria, porém, perder de vista a distância que separa, e o sinuoso percurso que liga, palavras e coisas.

ARRUTI, 2006, p. 209

Este trabalho enfoca alguns aspectos de um trabalho de pesquisa cujo objetivo foi entender o universo da edição “independente” em escala transnacional, e na Argentina e no Brasil em particular. A pesquisa analisou comparativamente práticas e representações relacionadas a esse universo nesses dois países nos últimos 15 anos, momento no qual ele se adensa e complexifica por força das tomadas de posição de editores e de outros agentes da vida intelectual. O ponto a partir do qual se observou tal universo é o conjunto de suas densidades intelectuais e políticas. Refiro-me, por um lado, aos materiais discursivos que buscam descrever e explicar o lugar do “independente” na produção editorial; e, por outro, aos agenciamentos coletivos engendrados em nome dessa categoria ou nos quais ela circula de maneira regular.

A ênfase recaiu, portanto, não sobre as práticas editoriais em si, mas sobre a conformação de certos âmbitos de troca (comercial, política, intelectual, ritual etc.) dos “independentes” entre si e deles com seus públicos – âmbitos que constituem, desta perspectiva, modalidades de *fabricação de grupos*. Com o termo densidades destaca-se, também, que tal universo foi estudado como “lugar da energia social

acumulada, reproduzido com a ajuda dos agentes e instituições através das lutas pelas quais eles tentam apropriar-se dela, empenhando o que haviam adquirido de tal energia nas lutas anteriores” (BOURDIEU, 2006, p. 25, grifo meu). Interessou, afinal, compreender como a “independência” se converte em valor e se torna um móvel de disputas para uma fração dos produtores, duplamente como *ethos* e como categoria (porque, supostamente, define um modo específico de ser editor).

O objetivo central foi entender as condições nas quais o “independente” (re)emerge como critério de hierarquização do espaço editorial brasileiro e argentino. Considerei-a, portanto, como categoria nativa que organiza e institui a experiência daqueles que se envolvem nas operações de classificação e desclassificação de produtores e produtos. A enorme miríade de sentidos novos e antigos que emergem nessa/dessa experiência exigiu pôr em suspenso qualquer definição prévia do “independente”. A condição metodológica para tanto foi perseguir as aparições do termo, buscando entender a que estilos de presença no espaço editorial ele remetia em cada caso. Ou seja, foi preciso recusar o caráter de pretensa transparência que o termo assume no discurso dos agentes, buscando na opacidade desses discursos os móveis das relações de disputa, cooperação, confronto e interdependência nas quais empregam suas energias.

Caracterizar esses processos exigiu pensar as práticas e representações associadas ao “independente” como tomadas de posição socialmente circunscritas, relacionadas às posições dos praticantes. Evitou-se, assim, reduzir as relações de força (objetividade de primeira ordem) às relações de sentido (objetividade de segunda ordem): “As operações de classificação referem-se não apenas aos índices do julgamento coletivo, mas às posições nas distribuições que esse juízo coletivo já leva em conta. As classificações tendem a esposar as distribuições, contribuindo assim para reproduzi-las” (BOURDIEU, 2013, p. 110). Não se pode, portanto, pensar as aparições do “independente” nos espaços de produção simbólica sem remetê-las ao seu lastro social, ou seja, à desigual distribuição de recursos entre os agentes.

Tomar o “independente” dessa maneira significa considerar que, como toda representação, ele supõe

três modalidades da relação com o mundo social: em primeiro lugar, o trabalho de classificação e de delimitação que produz as configurações intelectuais múltiplas, através das quais a realidade é contraditoriamente construída pelos diferentes grupos; seguidamente, as práticas que visam fazer reconhecer uma identidade social, exibir uma maneira própria de estar no mundo, significar simbolicamente um estatuto e uma posição; por fim, as formas institucionalizadas e objetivadas graças às quais uns “representantes” (instâncias coletivas ou pessoas singulares) marcam de forma visível e perpetuada a existência do grupo, da classe ou da comunidade. (CHARTIER, 1990, p. 23).

As três modalidades de que fala Chartier serviram de pontapé inicial para esboçar uma divisão do trabalho coletivo de fabricação do “independente”, distinguindo quatro categorias ideal-típicas de agentes: *intelectuais*, *líderes*, *partidários* e *incluídos*. Detenho-me, aqui, na caracterização das duas primeiras.

O primeiro grupo, o dos *intelectuais*, é composto por aqueles que trabalham para impôr as classificações e definir seus limites e sua abrangência. Via de regra, veem a si próprios como “independentes” e buscam formular os critérios de pertencimento ao grupo, prescrever rituais, descrever as formas legítimas de ação etc. Estabelecem agendas de debate, prioridades para a ação coletiva, demandas societárias e políticas. Publicam livros, artigos e manifestos, e expressam-se por meio da imprensa e de outros canais que eles mesmos e seus pares tratam de pôr à sua disposição. Vez ou outra, conectam suas ideias a formulações teóricas consagradas no campo acadêmico, dando legitimidade científica a suas propostas analíticas. Formulam o “independente” como conceito e elaboram suas condições de existência. Alguns deles ocupam posições – no meio universitário ou nas políticas públicas, por exemplo – que os permite expressar em outras esferas e para outros públicos sua *expertise* sobre o tema. A ocupação desses espaços, fruto do acúmulo de capitais específicos, ajuda a dar legitimidade e difusão a suas proposições e instaurar regimes de verdade sobre a produção “independente”, gerando efeitos

sobre suas formas de existência, por meio das políticas que regulam e fomentam tais atividades ou da produção de conhecimento especializado sobre o assunto. Podem, ainda, vão prescrever sobre o tema a partir de uma posição externa a esse espaço, ora aderindo às classificações dos próprios “independentes”, ora rejeitando-as ou aperfeiçoando-as.

Os *líderes*, por sua vez, são criadores, promotores e fomentadores das coletividades e das entidades políticas que agrupam e/ou representam os produtores “independentes”. Podem ser considerados uma categoria intermediária entre os *intelectuais* e os *partidários* – não apenas porque costumam situar-se nessa posição dupla ou desempenhando ambas as funções concomitantemente, mas porque podem atuar, de fato, como mediadores entre a produção epistêmica daqueles e a produção de esquemas de ação e representação destes. São articuladores, buscam a adesão de novos membros e promovem encontros entre os agentes, dando algo de coesão a tais agrupamentos. São convocados a falar em cursos, palestras e mesas redondas para compartilhar conhecimentos e opiniões sobre o universo de que fazem parte. Em vários casos, representam seus pares nas instâncias de diálogo e negociação com entes da vida setorial, política, militante etc., funcionando (de maneira ora duradoura, ora ocasional) como delegados ou despachantes dessas coletividades. Tais funções costumam ser atribuídas aos (ou reivindicadas pelos) fundadores, diretores, presidentes, curadores etc. das instâncias de representação e consagração da produção “independente”: associações, eventos, premiações, grupos de trabalho ou de discussão, entidades promotoras de políticas setoriais e públicas etc. Nem sempre elaboram materiais de referência, como os *intelectuais*, mas são frequentemente chamados a falar em nome do grupo, encarnando seus interesses e demandas em situações específicas. Em vez de voz, porta-voz.

Convém não tomar *intelectuais* e *líderes* como fontes absolutas das práticas e representações em torno da produção “independente”, mesmo nos casos em que eles tendem a ser reconhecidos, dentro e/ou fora desse universo, como figuras precursoras ou modelares. Em vez

disso, os posicionamentos de tais agentes expressam falas de visibilidade privilegiada que tornam mais evidente uma estrutura de sentimentos já existente, embora não formulada de maneira tão clara ou visível. Nesse sentido, pode-se situá-los na categoria de agentes que Wacquant chama de *especialistas da representação*, porque “competem por dirigir as ‘operações sociais de nomeação e os ritos das instituições’ mediante os quais se produz a descontinuidade social a partir da continuidade, e se fazem surgir como entidades ativas categorias enraizadas nas divisões objetivas do espaço social” (WACQUANT, 2013). Trata-se, assim, de lugares sociais que tendem a (ou pretendem) cristalizar certos sentidos do “independente” em detrimento de outros¹.

Tomando-se para análise as práticas levadas a cabo por alguns desses “especialistas de representação”, principalmente do segundo tipo, argumento que a emergência do editor “independente” implica três modos específicos (dentre outros possíveis) de desenhar as fronteiras da independência: detrair os impostores, positivar a experiência e eleger passados. Foram selecionados episódios extraídos da análise de feiras de publicações “independentes” de São Paulo, Rio de Janeiro e Buenos Aires. Da perspectiva que aqui se propõe, essas feiras – e, de modo análogo, outras feiras, festivais, salões etc., na edição e em outros domínios (música, cinema, moda, design etc.) – podem ser pensados como *precipitados de um espaço cultural hipersaturado*. Nesse sentido, e considerando-se o que esses eventos produzem e o que os torna possíveis de produzir-se, eles possuem uma função heurística importante na análise das práticas e políticas culturais. Isso porque, para além do evento propriamente dito – que possui, é certo, uma espessura *per se*, passível, por exemplo, de abordagem etnográfica² –, sua existência e suas características apontam, do ponto de vista

¹ A partir da perspectiva de uma sociologia das mobilizações, que não pretende desenvolver aqui, poderíamos pensar os intelectuais como especialistas na produção de *catness* (identificação) e os líderes como especialistas na produção de *netness* (vínculo) (TILLY, 1978), embora essa divisão de tarefas nem sempre seja tão estanque e tais práticas possam ser mais bem descritas como circulantes no espaço do que atribuíveis a agentes particulares.

² Quem seria capaz de dizer que essas densidades da vida cultural não merecem, elas também, ser descritas de maneira densa?

sociológico, para sua exterioridade tanto espacial como temporal: tais eventos revelam aspectos importantes daquilo que veio antes e daquilo que virá depois, daquilo que permaneceu fora e/ou que, a partir de fora, produz efeitos dentro.

Modo 1: Detrair os impostores

Na página 26 de uma revista que se chama Gazpacho, que é esta aqui [...], há um artigo escrito por Guido Indij, que é um editor... ééé... editor, mas como não podem ser lidos textos de outros, vou ler um texto meu, que também saiu nessa revista...³

A referida edição de junho de 2011 da revista *Gazpacho*, publicada pelo Centro Cultural de España de Buenos Aires, tinha como tema “Indústrias criativas” e trazia à baila, separados por apenas algumas páginas, os posicionamentos de Guido Indij e Matías Reck. O primeiro, editor de La Marca, que se define no texto como “um militante da diversidade e da livre expressão”, defende o papel dos livreiros e questiona: “No caso de que todos os livros possam ser baixados grátis na internet, de que viveriam escritores, editores, livreiros e toda a cadeia de produção do livro? Em pleno século XXI não existe legislação que os projeta sem violar a liberdade de expressão e respeitando os direitos de todos: criadores e usuários” (INDIJ, 2011, p. 20). O editor de Milena Caserola, por sua vez, conclui seu texto (cheio de ironias, autoironias e reviravoltas) com uma afirmação contundente: “privar alguém de queimar um livro à luz de uma fotocopadora é promover a desapareição de leitores” (RECK, 2011, p. 26).

A fala de Reck, reproduzida acima, acontece no 3er Slam de Poesía Argentina, realizado em julho de 2011. A explicitação desse texto e a menção ao editor de La Marca podem ser lidas em chave irônica, em duas vias. Primeiro, porque na suposta pretensão de ler o texto de Indij se expõe justamente o oposto: a decisão deliberada de não lê-lo. Segundo, porque na definição falsamente hesitante de “editor...”

³ Extraído de “Matias Reck x 3er Slam de Poesia Argentina”, 30 jul. 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=P2Q4uEicn3I>>. Acesso em: 22 jan. 2016.

editor” que Reck atribui a Indij é necessário ler o não dito: a autoatribuição frequente e a ação militante de Indij como “independente”. Reck opera, com isso, uma desclassificação de Indij, tomando para si o rótulo que nega ao outro sem sequer mobilizá-lo explicitamente. Naquele momento, era possível identificar Indij e Reck como figuras icônicas de frações distintas do espaço editorial “independente” na Argentina. O primeiro é o criador da EDINAR (Alianza de Editores Independientes de la Argentina por la Biodiversidad), coletivo vinculado à Aliança Internacional de Editores Independentes que reúne editoras de perfil mais profissionalizado, de pequeno e médio porte. Reck, em contrapartida, é um dos fundadores da FLIA – Feria del Libro Independiente y)A(–, coletivo de perfil mais contracultural que reunia, sobretudo, escritores autoeditados e pequenos empreendimentos editoriais artesanais.

Uma operação desclassificatória menos sutil aparece num artigo do brasileiro João Varella, sócio da Lote 42 e criador da Feira Miolo(s). Para o jovem editor, a terminologia tem uma função prática, a de estabelecer uma distância: “A Feira Tijuana é feira de independentes. A Bienal do Livro, das grandes. Também ajuda a combater oportunistas. Se misturar uma coisa com a outra, dá confusão” (VARELLA, 2014). Em artigo posterior, deixa mais claro o que significaria *oportunismo*:

Percebam como todo mundo quer se apropriar do termo independente. Até Luiz Schwarcz, o sr. Cia. das Letras, sócio da Penguin Random House, empresa que vende o dobro do que todas as editoras brasileiras somadas, se disse independente em uma entrevista para um jornal de Portugal. [...] Nada contra ganhar dinheiro ou com o lucro. Seja feliz, que compre ou mande trazer a felicidade. [...] Agora, zoeira também não. Não me venham sequestrar esse termo para colocar em seu arsenal de marketing. Se a Companhia das Letras é independente, então todas são, logo nenhuma é. (VARELLA, 2015).

Negativando a condição da editora grande e orientada ao lucro, Varella escancara sua posição na disputa pela definição legítima do “independente”, atribuindo a Schwarcz um uso equivocado e interesseiro da noção. O uso de expressões como “apropriar-se do termo” e “sequestrar

esse termo” torna indisfarçável a disputa pela denominação. Em nome de suas pretensões desclassificadoras, o jovem editor procede também à desqualificação do outro. Escrito por ocasião da 3ª edição da Feira Plana, evento-irmão de que a Lote 42 participou, o texto de Varella atribui aos editores-feirantes um caráter de ruptura com o mercado tradicional:

Quem comparecer à Feira Plana vai constatar a gritante diferença entre o mundo dos acima mencionados e a verdadeira energia renovadora editorial que está surgindo das sombras. [...] Editores viajam, leem jornais internacionais, se dizem independentes, mas não passam do feijão com arroz. Aí reclamam que o brasileiro lê pouco. Diante de tamanho pau-mole, dou razão aos brasileiros. (idem, *ibidem*).

O ataque à apropriação do termo por agentes do *establishment* editorial brasileiro e à falta de audácia das estratégias editoriais aí vigentes anda de mãos dadas com a tentativa de fazer emergir um *ethos* coletivo plasmado pelas ideias de renovação e ousadia, caras à juventude. Não parece casual que, na forja desse território simbólico, as armas estejam apontadas contra a Companhia das Letras. Criada na segunda metade da década de 1980, a editora de Luiz Schwarcz foi, pelo menos até o final dos anos 1990, o empreendimento que condensou o espírito do “novo” no panorama editorial brasileiro e serviu de farol para uma geração que dava seus primeiros passos no *métier*⁴. Em anos mais recentes, já dotada de certo grau de envelhecimento social, incorporada à estrutura de um conglomerado transnacional e tendo diversificado seu catálogo em linhas mais comerciais, a casa editorial do Itaim Bibi ostenta uma posição diversa, que alguns não tardarão em associar ao *establishment*, ao acomodamento, ao interesse mundano. Tendo plasmado, para certa geração, o emblema da ousadia e do profissionalismo,

⁴ “A Companhia das Letras é o referencial que definiu no final dos anos 80 novos esquemas de percepção e apreciação do *bom livro*, não a partir da imposição de um movimento literário, escola ou corrente de ideias particular, mas inventando concepções editoriais *profissionais*, que envolvem os novos *livros de prestígio*. A imposição desse modo de produção só completou sua irrupção ou legitimação com o aparecimento posterior de um conjunto de editoras assemelhadas que se reconhecem e são reconhecidas por referência à Companhia das Letras e a seu estilo literário-ensaístico. Entre os editores dessa “comunidade”, é comum julgar Luiz Schwarcz como *editor paradigmático, profissional*” (SORÁ, 1997, p. 169-170).

para certas frações da geração seguinte ela passa a representar justamente seu oposto. Para uns, empresa cultural com crescimento sustentado; para outros, objeto perfeito para espinaftrar com vistas a instituir um lugar próprio e legítimo nesse espaço.

Um salto para o Rio dá a ver continuidades nesse *modus pensandi*. Em seu texto de apresentação, a Feira Pãodeforma – promovida pela Bolha, “uma editora independente especializada em títulos traduzidos, mas [que] também está interessada em publicar autores brasileiros que não têm medo do escuro” (A BOLHA, s.d.) – define-se como

[...] uma feira de arte impressa, de livros, zines e múltiplos gostosos e independentes, que pretende dar visibilidade a novos trabalhos e/ou à produção editorial que dificilmente seria encontrada dentro de um circuito comercial. A ideia é mostrar para o público carioca que existem movimentações impressas para além das grandes editoras, para além de uma visão caduca de mercado com foco no lucro e não no conteúdo, que há muito tempo (tempo demais!) tem sido dominante no Brasil.⁵

A “visão caduca” que aí se atribui às editoras do *establishment* (em oposição aos “novos trabalhos” que a feira propõe trazer a público) faz eco ao “pau-mole” que João Varela atribui à categoria. Tais metáforas – que remetem a um corpo velho, esgotado, sem as capacidades que caracterizam o corpo jovem – demarcam um passado (ainda que presente e persistente) contra o qual os novos empreendimentos buscam marcar distância e instituir um lugar próprio na cena editorial brasileira. A própria Bolha, em seu discurso institucional, justifica desta maneira sua decisão de editar traduções que dificilmente seriam publicadas no Brasil: “Isso porque tem muita editora recatada por aí. Mas é bom que seja assim – sem as recatadas nós não existiríamos” (A BOLHA, op. cit.). Também o recatamento (do velho, provinciano) se opõe à ousadia de um cosmopolitismo jovem:

Os recém-chegados não podem deixar de *expulsar continuamente para o passado*, no movimento mesmo pelo qual têm acesso à existência, isto é, à diferença legítima

⁵ Extraído de: <<http://feirapaodeforma.tumblr.com/sobre>>. Acesso em: 16 jun. 2015.

ou mesmo, por um tempo mais ou menos longo, à legitimidade exclusiva, os produtores consagrados com os quais se medem e, conseqüentemente, seus produtos e o gosto daqueles que lhes permanecem apegados. É assim que as galerias e as editoras, como os pintores ou os escritores, distribuem-se a cada momento segundo sua idade artística, ou seja, segundo a antiguidade de seu modo de produção artística e segundo o grau de canonização e de divulgação desse esquema gerador que é ao mesmo tempo esquema de percepção e de apreciação. (BOURDIEU, 1996, p. 182).

A partir dos exemplos analisados, pode-se dizer que o editor “independente” é, ao mesmo tempo, *produtor e produto* de uma luta dupla: por um lado, contra aquele que ele não considera independente (seu *oposto*); por outro, contra aquele que disputa com ele a definição legítima do “independente” (seu *duplo*). Trata-se de uma forma/fôrma de classificação social que, à semelhança de outras, se presta tanto às definições binárias (ou se é independente ou não se é) como àquelas que permitem gradações. Daí resultam, talvez, as derivas de sua eficácia como marcador de hierarquias e topografias no espaço editorial. Por estar semanticamente recheada de “não ditos”, ela se presta a apropriações muito heterogêneas. Gerando espaços de diálogo e de confronto, ao mesmo tempo que produz equívocos e curto-circuitos, esse termo polissêmico mostra-se como condição, ainda que precária, para a busca de mínimos denominadores comuns com vistas à coletivização de inquietações e à busca compartilhada de soluções e trunfos.

Modo 2: Positivar a experiência

Além dos artigos de Varella tomando partido da Feira do Tijuana e da Feira Plana, o engajamento da Lote 42 na afirmação da independência ficou explícito no momento da primeira Feira Miolo(s). No decorrer do evento, enquanto se davam as relações entre produtores e público, Cecilia Arbolave recolhia fotos e depoimentos dos expositores a partir da pergunta “O que é mais legal no mundo das publicações

independentes?”. Posteriormente, tais materiais foram compilados na página virtual do evento⁶.

“O mais legal de participar desse universo independente é a liberdade que você tem para produzir aquilo que você bem entende sem interferência de terceiros.”

“O que acho mais legal da produção independente é que está todo mundo no rolê porque gosta muito. Ninguém está lá para ganhar dinheiro, então o clima é sempre muito agradável e muito genuíno.”

“O mais interessante é a liberdade criativa de ser independente. Não ter um cliente te permite fazer qualquer coisa e como as tiragens são pequenas, o investimento e o risco também são pequenos.”

“O mais legal de fazer parte de uma iniciativa independente é a liberdade de poder criar projetos em que a gente realmente acredita e dar espaço também a novos autores e ilustradores talentosos. Já o lado mais legal das feiras é poder desdobrar a conversa além do mundo digital e ter experiências de comunidade tão bacanas.”

“O mais interessante é a abertura, a liberdade que a gente tem para criar e de participar diretamente de todas as fases do processo, desde a concepção até o último toque da encadernação.”

“O mais interessante do mercado independente é a liberdade de produzir e não ficar preso ao sistema. Você cria seu sistema.”

“O mais interessante é a troca entre as outras editoras e as pessoas que estão aqui. É muito bom de alguma forma conhecer quem vai ter seus livros. É uma utopia, mas uma utopia bem linda.”

“Ter uma feira como esta é deixar o artista mais próximo do público e fazer como que todo mundo seja interlocutor de uma mesma história.”

“O mundo das publicações independentes é mais ágil e livre. E essa liberdade, além de liberar, também demanda. O seu trabalho depende de você em todos os sentidos, você faz o papel de autor e editor, mas também deve se esforçar para vender o problema que acabou de criar (seus livros, rs). Ou seja, se ficar o bicho come. Mas se correr, as coisas andam.”

“O que acho mais legal é o frescor de poder ter variados tipos de publicações sem passar por crivos comerciais a princípio. E trazer renovação para o cenário geral das editoras também.”

“O mais bacana do mundo independente é justamente você não ter que lidar com muita burocracia, prestação de contas. Dessa forma, você pode fazer um processo mais humano.”

“O mais legal deste mundo é que é livre. Todo mundo pode participar, da forma que quiser.”

“O mais legal do universo independente é poder desenhar

⁶ Disponível em: <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.958290754184618.1073741868.5589244_90787915&type=1>. Acesso em: 14 out. 2015. Todos os depoimentos foram extraídos dessa página.

meus próprios ursinhos fumando e não ter um editor para aprovar.”

“O mais legal é poder fazer projetos autorais e não ter que passar por edição nem pensar totalmente no mercado. É poder trabalhar o que a gente quer mesmo.”

“Fazer quando tem vontade de fazer é legal. E na feira é bom conhecer pessoas que estão no mesmo pé, ver como cada um está dando uma solução para fazer circular o trabalho.”

“O que acho mais legal é a gente ter a liberdade de fazer o que quer, independente do mercado.”

“Acho que este tipo de publicação e de eventos está democratizando a publicação em si. Todo mundo pode publicar, todo mundo pode ser seu editor, todo mundo é artista e se autopublica. As feiras são a oportunidade de o artista encontrar o público sem ter a editora por trás.”

“Feiras assim são uma oportunidade incrível para quem está à margem do mercado e produz de forma independente. O mais importante é entrar em contato com pessoas que também trabalham com isso e poder mostrar o trabalho”

“O que acho mais legal deste movimento independente é poder fazer as coisas com suas próprias mãos sem ter que depender nem precisar da aprovação de ninguém.”

“O mais legal são os meios que são criados para a divulgação e propagação de novas ideias, que às vezes não têm como aparecer em outro lugar.”

Pode-se entrever nos enunciados uma dimensão performativa, marcada pelas expectativas inscritas na pergunta sugestiva da entrevistadora. Também podem-se atribuir os resultados finais dessa coleta ao esforço de produzir um universo *editado*, uma versão legítima do evento e do circuito dos “independentes”. De todo modo, esses discursos constroem publicamente a impressão de um universo compartilhado, com valores e práticas comuns: a exposição das fotografias e das falas entusiásticas consolida um registro de pertencimento àquela experiência.

Tais depoimentos têm como denominador comum a busca da positividade da condição “independente”. Afirmam o orgulho dessa condição e a contraposição a outras condições possíveis, tomadas em chave negativa. Motivados a destacar as vantagens de publicar de modo *independente*, a maioria dos expositores menciona a *liberdade* e outras ideias correlatas. Tais relatos indicam o apreço pela autonomia de decidir *o que* publicar e *como* publicar. O oposto lógico (que representa a dependência, a heteronomia) aparece como um agente castrador.

Tal polo encarna-se em figuras diversas: “mercado tradicional”, “*mains-tream*”, “sistema”, “cliente”, “espaço convencional”, “grandes editoras”, “grandes mercados de livros *best-sellers*” etc. A deriva desse outro é significativa da diversidade de trajetórias sócio-profissionais dos produtores aí reunidos e das trajetórias que negam querer para si – ou seja, do jogo específico no qual cada um deles se engaja. A autoridade contra a qual se insurgem varia conforme o horizonte de suas expectativas. Apesar disso, e em consonância com os partidos de Varela, as instituições do polo dominante representam, no discurso desses microprodutores, lugares onde não é possível criar, inovar, fazer diferença. Também chama a atenção a presença frequente do afeto, do desinteresse, do “fazer porque gosta” – ou seja, da publicação “independente” como prática diletante e não como forma de sustento econômico.

Essas formas retóricas de positivação das feiras “independentes” também são construídas a partir de fora desses agenciamentos coletivos. Numa revista de bordo de uma companhia aérea brasileira, por exemplo, descreve-se esse conjunto de feiras como uma “nova e fervilhante cena independente” e os projetos deles participantes como “pequenos admiráveis” (PEREIRA, 2015, p. 135). Saltando para Buenos Aires, vejamos como o poeta e editor Lucas Amuchástegui narra seu contato com a FLIA portenha:

As feiras são vividas e experimentadas por todos como celebrações populares da cultura no sentido menos arquetípico do termo, e mais fluido. Não encontraremos solenidade, seriedade ou um sentido da arte muito trágico no que se pode ver dessas reuniões, mas, pelo contrário, um espírito de festa, alegria e comunidade. [...] dentro do movimento geral, que é muito, e caótico, a gente se pergunta como a garotada se organiza para cumprir com objetivos tão fixos em prazo e tempos. É aí não resta outra coisa senão imaginar uma espécie de revoada de pássaros que sabe muito bem para onde está indo e por quê. Então, se o rumo é seguro, há apenas que seguir o caminho. [...]

Surge a partir da ideia de alguns jovens (não diremos nomes, façamos de conta que são todos guerreiros do tempo) de romper com as estruturas rígidas que supõe qualquer evento organizado por autoridades cujos tendões criativos e administrativos estão cheios de amido, enxofre, e pescoços duros como os de qualquer estátua de Sarmiento. [...] Eles, a Flia, dizem que na verdade

nunca houve nada muito organizado, e sim vontade e algum conceito político que andava rondando os intelectos e as intuições dos primeiros expositores. Não acreditam que o que fazem seja anarquia, literatura punk, movimento de protesto com ecos setentistas, ou mero prazer pelo *kilombo*. Ao contrário, pensam que todas essas ideias são uma ótima terra fértil para cultivar as plantinhas de uma nova forma de entender a arte em todas as suas etapas: criação, produção, venda e consumo. (AMUCHÁSTEGUI, 2009).

O escritor descreve a feira como se uma força mágica governasse as energias sociais ali acumuladas. Esse discurso é revelador da mística que vai se construindo em torno da FLIA. Parte importante dessa mística diz respeito ao caráter de desordem, bagunça e anarquia que rege a atividade de seus protagonistas. Essa imagem pública do grupo é objeto de autorreflexão ora celebratória, ora problematizadora: por um lado, alguns membros cultivam com orgulho certa apologia à desorganização e ao equívoco, no melhor estilo errorista – “a falha como perfeição, o erro como acerto” (GUZMAN, s.d.); por outro lado, ponderam-se os trunfos simbólicos e políticos que a FLIA pode deixar de alcançar considerando-se a pecha de *quilombo* que lhe atribuem os leitores pouco dispostos à subversão da ordem e do ordenamento urbano. Sobre esse termo, que aparece também no relato de Amunástegui, vale esclarecer:

A palavra quilombo, já própria do lunfardo de Buenos Aires, de origem angolana (*kilombo*, em língua kimbundo), chega aos argentinos pelo português brasileiro, como muitas outras coisas fundamentais. Em português significa o espaço tomado, construído, conquistado por escravos fugitivos, onde conviviam também outros sujeitos marginalizados da ordem colonial portuguesa, como judeus, árabes ou índios. Em sua primeira acepção argentina, quilombo é um prostíbulo. Em ambos os casos, designa um espaço que reúne sujeitos marginalizados, que questionam e, ao mesmo tempo, complementam o funcionamento das instituições hegemônicas: a família burguesa, a fazenda e o modo de produção escravista. Em sua acepção moderna portenha, quilombo é, além de um problema, uma bagunça, um descontrole, um espaço que não respeita a norma da ordem e o progresso, do bom gosto. (PALMEIRO, 2010, p. 172).

Do ponto de vista brasileiro, o estranhamento aos usos do termo “quilombo” no espanhol rioplatense é um choque produtivo,

sobretudo se se consideram (1) os sentidos positivos que, pela inculcação escolar, o brasileiro tende a atribuir ao termo, como símbolo de resistência; (2) a recuperação dessa positividade por frações contraculturais portenhas, em oposição ao uso negativo, que na fala local é hegemônico. Não se pode, portanto, negligenciar a pretendida eficácia simbólica dos léxicos mobilizados na construção do “independente”: a remissão distante à figura do *quilombola* vem a calhar para a forja de um *ethos* de autonomia, conquista, rebeldia e subversão da ordem por parte dos *fieros* e de seus admiradores.

Modo 3: Eleger passados

Houve um tempo em que os responsáveis pela edição realizavam seu trabalho imbuídos de um inescusável sentido de dever para com o leitor e o autor, consagrados a seu papel de paladinos da cultura. Caminhavam por sua particular Mancha – a do texto impresso –, guarnecidos por uma hoste de fiéis escudeiros e abastecidos de um saber ancestral que lhes permitia sair airosos de qualquer percalço. Mas chegou um dia em que exércitos de bárbaros mercenários assolaram essa terra rica e fértil, onde se moíam os cereais da cultura, e trocaram os moinhos por gigantes, e os que resistiram ao seu agressivo avanço se tornaram dizimados baluartes de uma missão quixotesca: preservar a arte de difundir o conhecimento e seguir celebrando o culto à beleza e às formas sublimes de representação da palavra... (BUENO, 2005, p. 355).

Se, no Modo 1, analisaram-se estratégias com as quais os editores “independentes” tratam de se contrapor a agentes do presente, muitas vezes identificados a um passado persistente que precisa ser expurgado para que se possa instituir o novo, neste caso se trata de traçar identificações positivas com projetos e práticas editoriais de outras épocas. Essas filiações correspondem, muitas vezes, a uma busca do verdadeiro “independente” longínquo – busca que projeta anacronicamente, portanto, as categorias operacionais atuais naquilo que, ao longe, dá um testemunho especular de si mesmo. Assim se dá, mostra Williams (1979, pp. 118-123), a constituição de uma “tradição seletiva” dos grupos culturais em seus processos de institucionalização.

Mas essa orientação ao *déjà-fait* não elimina a instauração de pretensões vanguardistas: pelo contrário, é das relações de afinidade e ruptura com passados seletivamente eleitos que emergem os fenômenos que buscam desarrumar a ordem do campo. Há que se enfatizar, portanto, o componente de arbitrariedade nessas tomadas de posição que situam no passado próximo ou distante um modelo a ser recuperado. Vale lembrar, com Benjamin (1987), que “articular historicamente o passado não significa conhecê-lo ‘como de fato foi’. Significa apropriar-se de uma reminiscência, tal como ela relampeja no momento de um perigo”.

A narrativa da editora espanhola Silvia Bueno, reproduzida acima, escancara esse recurso: a introdução de descontinuidades na continuidade, que a fabricação de grupos opera no âmbito da sincronia, anda ali de mãos dadas com a introdução de descontinuidades no âmbito da diacronia. À conversão simbólica da *diferença* (de projetos, métodos, práticas, concepções de mundo) em *desigualdade* (de condições de atuar e competir no mercado editorial), soma-se a transmutação da *permanência* em *resistência*. Existir tem, simultaneamente, o sentido de persistir e resistir. A remissão a Dom Quixote vem a calhar para a forja de um relato passadista-pessimista que ela constrói em torno dos atuais “paladinos da cultura”, emissários de uma causa perdida perante o poder brutal e avassalador dos “bárbaros mercenários”. O editor “independente” funciona, nesse sentido, como uma espécie de *categoria ética* que representa um polo de resistência aos efeitos do presente. Seu surgimento mostra, portanto, não apenas a percepção de certas clivagens dentro do espaço editorial, mas também novas formas de identidade e de luta – seja apenas simbólica, seja também prática.

Detenho-me, aqui, num episódio paradigmático, ocorrido em Buenos Aires: a realização da primeira FLIA, em 2006. Assim foi feito o relato do evento:

E chegou 14 de maio, feira no Sexto, nada mais, muito leva e traz, que o som, que a mostra de arte, os estandes, a imprensa, as conversas, o programa com seu respectivo mapa do lugar. E começaram a chegar os expositores, pondo seus *brolis*, timidamente alguns, outros fazendo

instalações dignas de uma feira “alternativa”, outros pendurando seus panos, os demais lá, puxando toalhas com fanzines, e quando a feira transbordava, começaram os estandes ambulantes. Então a feira explodiu, no cenário, desde cedo, poetas, recitações, contação de histórias, *performances*, vinho e breja, poesia cantada, mestre de cerimônia, mais agitação, e terminamos pelados como tinha que ser. (FLIA, 2006, p. 7)

Esse relato mostra o tom de informalidade, improvisado, festejo e celebração juvenil que predominariam nos encontros seguintes. Tal relato consta num material que se tornaria praxe da FLIA no decorrer dos anos: a edição de um livro “ao vivo”. Dispõe-se de um microcomputador e de uma impressora, e aqueles que queiram contribuir com um conto, relato ou poema podem se aproximar para digitá-lo. Em seguida, imprime-se e encaderna-se o material, que começa a ser distribuído e vendido. A realização desse livro “ao vivo” condensa uma aposta “no modo de produção como um posicionamento político frente ao mercado editorial e às instituições culturais” (PALMEIRO, 2010, p. 16).

Diretamente ligado a isso, o aspecto de grande significância simbólica que quero destacar na FLIA inaugural é o convite que o coletivo organizador da feira faz a José Luis Mangieri (1924-2008), fundador da paradigmática La Rosa Blindada, para que participasse do evento e falasse sobre sua experiência de edição “independente”. Essa ligação com uma figura modelar do universo editorial argentino mostra-se um caso bom para entender as relações desses novos produtores com a temporalidade do espaço editorial, com a constituição de uma tradição seletiva e a transferência de capitais (simbólico e militante, sobretudo). A análise da trajetória de Mangieri, das representações correntes sobre sua figura e das práticas dos *fliers* permite figurar esse encontro como momento-chave da “viagem de volta” que dá sustento à emergência desses novos modos de culturalização da política na Buenos Aires dos anos 2000.

Figura icônica da intelectualidade argentina de esquerda e da resistência aos regimes autoritários dos anos 1960 e 1970, Mangieri militara no Partido Comunista, que o expulsou em 1959. La Rosa

Blindada caracterizou-se por publicar edições baratas, de grandes tiragens, distribuídas tanto em livrarias como em bancas – “espírito de época que Boris Spivacow impôs, nestas terras, como o diretor de Eudeba a partir de 1955, tornando verdadeiramente popular a leitura e a compra de livros” (DE BENEDETTI, 2014, p. 18). O lançamento dos livros editados por Mangieri era feito em sindicatos, centros acadêmicos e comitês de resistência.

Segundo Darío Benedetti, “para La Rosa, a radicalidade estética não era uma esfera secularizada que poderia ser experimentada sem uma radicalidade política, e vice-versa” (idem, p. 19). Também destacam-se o papel de Mangieri como articulador intelectual entre variadas frações do espectro progressista de sua época e entre várias regiões da vida cultural argentina (da literatura à música, passando pelas ciências sociais e pelo cinema); e a inventividade com que criou e dirigiu vários selos, tendo se aventurado também como livreiro, dono de gravadora e poeta. Por fim, considere-se o carisma de que goza sua celebrada figura (que conta, ademais, com o beneplácito de sua origem de imigrante pobre):

[...] nosso amigo Mangieri é: jocoso, autônomo, cobiçador, criador, lúcido, irônico, balsâmico, lírico, ético, passional, fiel. [...] Um editor lendário, um granjeiro simples, pai de centenas de filhos, um dançarino de noturnas barafundas amorosas, um homem da revolução. [...] Resistente, anedótico, amigo, imbatível, clandestino [...]. Um herói, íntegro, disposto, afetuoso, jovem, aberto [...] independente, anarco, audaz, protetor, portenho, fatal [...]. (CASABELLA; BARROZO, 2004, pp. 7-8)

É justamente por esse *ethos* de agitador cultural – articulador de socialidades intelectuais afinado com as expressões contraculturais de seu tempo e desbravador de circuitos alternativos de distribuição, para além das órbitas do mercado tradicional e do Estado – que Vanoli situa Mangieri como figura ideal-típica do “editor militante” na tradição “independente” argentina (VANOLI, 2010). Winik (2010, p. 2), por sua vez, menciona “a presença, no imaginário da FLIA, das práticas e ideias das vanguardas e do movimento artístico que se desenvolveu por fora dos circuitos acadêmicos nos anos 1960, assim como o compromisso

assumido pela luta de esquerda insurgente nos anos 1970”. Também não custa lembrar que, em sua trajetória, sobretudo nas relações que manteve com o Partido Comunista e com o Estado, o editor de *La Rosa Blindada* é, dentre os editores vivos naquele momento, o que melhor convoca o espírito de independência e dissidência de que os jovens da FLIA se investiam. Com tantas credenciais de afinidade, não surpreende que essa tenha sido a figura convocada para levantar a aldeia desses “independentes”, situando-a como rama de uma tradição de culturalização da política que aquele velho de guerra representa e encarna como nenhum outro⁷.

Comparando incomparáveis: levantar a aldeia

Se o “rio de Janeiro” e o “rio da Prata” não são rios verdadeiros – um é baía, outro é estuário –, essa é uma questão que só se coloca *a posteriori* ou *a fortiori* com relação a formas de classificação espacial que se tornam vigentes por força de intervenções intelectuais específicas. Não é um dado menor que essas nomeações possuam uma história e que tenham tido ou sigam tendo um valor heurístico para quem habita esses lugares ou se move por eles. Para a sociologia que aqui se propõe, mais do que circunscrever modos corretos ou equivocados de nomear e qualificar o mundo – os agentes, as práticas e seus lugares sociais de existência concreta –, interessa perscrutar as relações nas quais os agentes se envolvem para classificar-se a si e a outros, instaurando estilos de presença no terreno da produção simbólica.

Concordo, mencionando Williams (2007, pp. 39-40), que “os problemas mais ativos de significado estão sempre primordialmente embutidos nas relações sociais, e tanto os significados quanto as relações são caracteristicamente diversos e variáveis, dentro das estruturas de ordens sociais específicas e dos processos de mudança social e histórica”, mas também é verdadeiro que “alguns processos sociais e históricos importantes ocorrem *no interior da língua*”. Ora, os processos de nomeação e adjetivação dos indivíduos e grupos – incluindo-se, aqui, os processos

⁷ Os relatos dessa participação encontram-se em: FLIA (2006, p. 124-6).

por meio dos quais se busca influir no destino desses indivíduos e grupos – merecem ser interrogados de maneira rigorosa e não dogmática, sobretudo naqueles casos em que as palavras, ao tornar-se categorias quase obrigatórias de época, acabam por fincar raízes nas disputas vigentes e, mais que isso, instaurar, elas mesmas, novas disputas. Tomei analiticamente as classificações operadas pelos agentes como fronteiras que eles bosquejam para fixar discontinuidades no espaço social que habitam. O objetivo, ao observar tais classificações, não foi *redesenhá-las* (propondo novas orientações para sua prática intelectual e política), nem tampouco *desdenhá-las* (pondo em xeque sua legitimidade), mas sim *desdesenhá-las*, ou seja, lançar um olhar compreensivo sobre as representações e práticas que lhe concernem, abrindo mão de uma visada normativa.

Tal abordagem – que perde de vista os móveis dos projetos editoriais em si, ou seja, da formação de seus catálogos – não se propõe a substituir ou superar a história da edição, dos editores e da vida editorial tal como ela tem sido praticada, mas dirigir aos seus materiais questões que, de outra maneira, dificilmente seriam colocadas. Assim, tomar o “independente” como noção mobilizada pelos próprios agentes foi o modo pelo qual, renunciando à conquista de um objeto circunscrito morfologicamente, foi possível desenvolver um novo conjunto de interrogantes sobre esse espaço de práticas intelectuais, fazendo jus ao seu caráter instável e problemático. Em outro nível, essa é a condição básica para fugir da tentação de tomar os grupos e agrupamentos de editores “independentes” como amostras representativas de um universo. Nessa perspectiva, o único universo possível de ser circunscrito pela análise sociológica é aquele desenhado *como* grupo, por agências exógenas ou endógenas a ele próprio.

Consciente do risco de descontextualização, mas considerando as possibilidades que se abrem ao comparar os incomparáveis, menciono a expressão “levantar aldeia” em referência à literatura etnográfica sobre os processos de (re)emergência/resistência étnica no Brasil, por meio dos quais grupos cujo estatuto étnico ainda não foi reconhecido pelo Estado e pela sociedade civil formam redes de empréstimo e aprendizagem

com grupos indígenas estabelecidos de longa data. Comentando um desses casos, explica Arruti:

No nordeste, alguns índios de grupos de reconhecimento oficial mais antigo e sem maiores problemas de legitimidade frente aos critérios de indianidade do SPI e da FUNAI, fizeram um importante circuito de empréstimos, ‘ensinando’ a outros grupos ainda não reconhecidos ou em processo de reconhecimento, os ‘segredos da tradição’ ou ainda emprestando sua autoridade para ajudá-los a realizar seus rituais e festas livres da repressão policial local. Essas situações que normalmente vinham acompanhadas de um posterior reconhecimento do órgão indigenista oficial, são chamadas de ‘levantar aldeia’, tanto no sentido moral quanto místico. (ARRUTI, 1994)⁸

Essa literatura mostra, em vários casos, a prática de rituais cujo objetivo é demarcar uma vinculação identitária – dentre outras possíveis – e a instauração da *diferença* como *condição*. Valendo-se de expedientes como a detração dos opositores, a positivação da experiência e a eleição de passados (destacada no excerto acima), tais agrupamentos, ao negociar suas relações com o Estado e com outros espaços de poder (a Igreja, os grandes proprietários de terra, os antropólogos etc.), acabam por negociar também suas identidades individuais e coletivas. Em analogia a tais processos, as falas dos editores “independentes” destacadas neste trabalho podem ser tidas como esforços de adesão – ainda que provisória, irrefletida ou incômoda – a um trabalho coletivo específico, que é o de instaurar os sentidos sociais do “independente”.

Também por isso, convém evitar, para tais jovens editores, o tipo de acusação a que estão sujeitos os agrupamentos “ressurgidos” ou “resistentes” de indígenas e quilombolas de que trata essa literatura. À semelhança do que têm feito certos segmentos da sociedade brasileira e da mídia chauvinista⁹, seria um caminho cômodo dar a ver os materiais expressivos dos editores “independentes” como formas de encenação ou falsificação. Em vez disso, parece-me mais produtivo olhar para as formas de classificação por eles mobilizadas como

⁸ Ver também: ARRUTI, 1995.

⁹ O exemplo paradigmático desse posicionamento é a matéria “A farrá da antropologia oportunistá”, publicada pela revista *Vêja em 2010*.

“esquemas geradores de práticas” (SORÁ, 1997, p. 171). É preciso considerar, afinal, que “a construção ou a reconstrução das identidades orientada para certos fins e, por conseguinte, suscetível de ser qualificada como instrumental não se esgota nesta qualificação”, porque “pressupõe processos sociais de extrema complexidade que nos obrigam a tentar entender as ideologias da ocultação e as do afloramento” (BARTOLOMÉ, 2006, p. 50).

O que quero propor, com essa comparação impertinente, é destacar que essas aparições do editor “independente” na cena pública correspondem à produção de um novo sujeito coletivo numa conjuntura específica. Manifesta-se, de forma geral, como uma *identidade reativa* cuja eficácia simbólica e política está condicionada ao estado das relações de força no espaço editorial num dado contexto. As etnogêneses indígenas e quilombolas – que funcionam, aqui, não como modelo analítico, mas como metáfora produtiva – permitem pensar, neste caso, o surgimento não de um *etno*, mas de um *ethos*: o da edição “independente”.

Tabela 1: Modos de forjar o independente.

	Passado	Presente
Identificação (+)	Recuperação/retorno [modo 3]	Autoafirmação [modo 2]
Distinção (-)	Expurgação [modo 1]: presente ~ passado	

Fonte: Próprio autor.

A remissão a tais processos de etnogênese também permite formular, para o fenômeno da edição “independente”, dois questionamentos mais amplos. Primeiro, até que ponto os intelectuais e líderes desses agrupamentos concebem sua própria existência, tanto individual quanto coletiva, nos termos de uma *resistência*, ou seja, como remanescentes de uma prática que se encontra ameaçada por forças externas? Importa, portanto, questionar de que maneira esses agrupamentos se relacionam com as temporalidades do espaço editorial:

projetam-se na cena pública como portadores do novo, à moda das vanguardas, ou como remanescentes de uma tradição que se vê ameaçada, ou ainda como misturas entre práticas residuais e emergentes? Segundo, a (auto)afirmação como “independente” se transfere para outras dimensões da vida, incluindo a prática editorial, ou se circunscreve à necessidade de performar relações específicas com outros sujeitos sociais? Ela deixa de ser apenas um “estilo de presença” no espaço editorial e se converte na proposição de “estilos de vida” de maneira mais ampla?

Para concluir retomando o título deste artigo, vale sublinhar alguns aspectos das feiras de editores “independentes” aqui consideradas e que serão explorados em um trabalho futuro. A proliferação desses eventos se dá num momento, ainda em curso, em que o aumento da população de produtores aponta tanto para formas de diferenciação e regulação interna do espaço editorial como para movimentos de unificação. Essas feiras funcionam como episódios de *celebração* e de *negociação* das condições de partilha de um espaço, ou seja, de atualização dessa estrutura dual: vendemos (juntos) para não nos vendermos (jamais). O eu, precário, pressupõe o outro. Aí também essas feiras reencontram, por intermédio da analogia com os mencionados processos de etnogênese, o traço comum que lhes identifica, apesar de suas diferenças: reunir um conjunto de práticas editoriais que recusam os mercados que as recusam.

CAPÍTULO 13

DOS CAMINHOS QUE SE ABREM: PRODUÇÃO E DIREÇÃO DE FILMES POR COLETIVOS NEGROS E A ZONA PORTUÁRIA DO RIO DE JANEIRO COMO PAISAGEM E POSSIBILIDADE DE NOVAS NARRATIVAS FÍLMICAS

Ana Paula Alves Ribeiro

Aqui tinha que ser um ponto turístico.

Conversa entre personagens do filme *Pequena África*,
de Zózimo Bulbul (2002)

Introdução

Neste capítulo enfoco a zona portuária do Rio de Janeiro, em especial um festival de cinema que tem como característica a produção e circulação de filmes em um curto período de tempo e, a princípio, nesse mesmo espaço da cidade. A zona portuária virou um ponto turístico nos últimos anos e, como tal, guarda em si inúmeras tensões. De certa forma, este é também um artigo sobre memórias e representações dos negros no Rio de Janeiro, de mapas, audiovisual, percepção de trabalho coletivo, transformações urbanas, cenários e paisagens e dos itinerários entre a cidade real e as cidades imaginadas (SARLO, 2014). E sobre pessoas que vivem, moram, transitam, se divertem, refletem, são passadas e sonham sobre esse espaço.

Comecei a pensar a zona portuária em 2014, em um primeiro momento como espaço para oficinas fotoetnográficas em um laboratório de ciências sociais. Posteriormente, em 2015, ela se materializa como possibilidade de campo a partir de um festival de cinema localizado no

Porto do Rio e que dialoga com a vizinhança, o 72 Horas Rio Festival de Filmes¹. A partir deste encontro, meu e dos estudantes, com o que era produzido no festival, passo a mapear os filmes produzidos e realizados neste contexto para a pesquisa *Múltiplas cidades – Representações do Rio de Janeiro no cinema e em outras mídias*.

Daqui falamos de alguns lugares, primeiro da universidade e da formação em audiovisual de estudantes de qualquer curso, não apenas os de Comunicação ou Ciências Sociais. Na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, onde este projeto foi acolhido, alguns são os grupos que trabalham com imagem e não fazem parte dessas áreas. O projeto parte do trabalho de campo de acompanhar filmes produzidos que tenham o Rio de Janeiro como cenário ou personagem, seus lançamentos em festivais e uma etnografia constante sobre suas projeções e circulações. Da formação de Coletivos Audiovisuais, de como estética e narrativamente suas contribuições ao cinema recente são cada vez mais evidentes, partindo de uma formação universitária ou não, estando ligado a uma instituição ou não. Por fim, parte da ideia de que a cidade ensina, de que o melhor lugar para se aprender a fazer imagens das cidades é nas próprias cidades e de que “o conhecimento do urbano pode surgir através da colisão entre as diversas ‘cidades escritas’, como aponta Gorelik (2014, p. XII & XIII).

Cidade real, cidades imaginadas, cidades escritas. Pinazza e Bayman (2013), ao pensarem a cidade de São Paulo dentro da coleção *World Film Locations*, apontam que os filmes testemunham as rápidas mudanças pelas quais a cidade constantemente passa; filmes tão distintos entre si, alguns têm distribuição internacional, outros não são de acesso tão fácil ou simples. Desde 2013, acompanhar os filmes em festivais de cinema e depois me debruçar de forma mais atenta sobre a produção do 72 Horas Rio Festival de Filmes me fez perceber um certo mapeamento de determinadas paisagens e temas, muitos partindo da Zona Portuária, muitos dando conta da herança africana naquele espaço, suas memórias,

¹ Página na internet: <<http://www.72horasrio.org>>; página no Facebook: <<https://www.facebook.com/72HORASRIO/timeline>>; canal no YouTube: <<https://www.youtube.com/channel/UC0x6m2zYUnphQ75mEPZTheA>>; canal no Vimeo: <<https://vimeo.com/user28016504>>.

personagens e questões, e uma produção que se destaca por ser feita pelos coletivos audiovisuais que emergiram na cidade na última década, coletivos que se reivindicam negros, sendo muitos mistos: tendo homens negros/mulheres negras, mulheres negras/mulheres não-negras, grupos que se autodefinem a partir de um olhar das zonas mais distantes ou menos privilegiadas da cidade.

De uma forma mais ampla, os filmes sobre a Zona Portuária que aparecem citados são ficções, documentários, experimentais, curtas, médias e longas-metragens, com circulação regional, nacional e internacional. Neste artigo, prioritariamente o diálogo se dá a partir do filme *Óna*, do Coletivo Criativo de Rua, o Crua, e seu alcance tanto em festivais cariocas e brasileiros, como em cineclubes realizados em vários bairros da cidade. E partir de Exu, abrindo caminhos para este mapeamento possível da Zona Portuária, que por vezes mergulha na paisagem em intensa transformação, por vezes quer pensar os negros e suas produções políticas, poéticas e estéticas na cidade do Rio de Janeiro.

Sobre a cidade, suas paisagens e seus cenários

Este artigo parte de algumas questões:

1. A ideia que Guy Bellavance lança é a de que a cidade e as imagens, fotografias e filmes têm uma vocação mútua e unívoca, inclusive por conta da emergência das suas histórias, que se aproximam. Bellavance vai ressaltar que a “relação da fotografia e com a cidade resulta de uma convergência latente, ela é o elo de uma mesma modernidade” (1997, p. 17). Essa convergência latente, explicitada pela mentalidade comum, um tipo de reciprocidade, as destina ao encontro e as impede de se encontrarem. Essa proximidade e equivalência aparecem nos diálogos entre Georg Simmel (1979), sobre a vida moderna no começo do século, e a obra de Walter Benjamin (2012), sobre fotografia, acerca de como emerge uma cidade moderna e suas transformações, tendo

como “pano de fundo o desaparecimento da antiga cidade ou seu despovoamento” (BELLAVANCE, 1997, p. 17). Neste sentido, essa mútua vocação entre a fotografia (e o cinema) e a cidade tem entre alguns de seus principais teóricos Simmel, Benjamin (1991, 2012 e Kracauer (2009)). A cidade talvez seja o tema mais antigo sobre o qual o cinema se debruça.

2. As cidades são múltiplas e estabelecem em seus discursos um diálogo entre ciências sociais, cinema, fotografia, arquitetura, narrativas musicais e literárias. Cidades múltiplas que emergem nos roteiros, nos movimentos e engajamentos dos realizadores e em seus lugares de fala. Não por acaso, esta cidade em disputa está presente na obra literária de J. P. Cuenca e nas produções e preocupações discursivas dos seus produtores Felipe Bragança e Marina Meliande (vide a *Trilogia Coração no Fogo* e o projeto transmídia *Claun*), assim como na obra do cineasta Allan Ribeiro. Olhar e registrar o Porto se faz necessário, mas talvez seja também consequência de uma geração que circula e muito pela cidade.

3. A cidade ensina. Trânsito, mobilidade, negociação dos espaços, conversa com os trabalhadores locais e os moradores do entorno. O que pode ou não pode ser registrado. Vamos andar por esta parte da cidade, a das máquinas, funcionários e afins. Ensina a filmar, enquadrar, a respeitar, a criar outras possibilidades de cidades a partir das narrativas fílmicas construídas. De muitas formas, além de representar, retratar, documentar, o cinema possibilita que outras cidades sejam pensadas. Os coletivos negros, coletivos de mulheres, cineastas que pensam suas cidades a partir das margens e periferias e que estão com seus corpos no mundo, transitando, circulando (para retomar o ponto 2), refletindo, traçando caminhos, têm possibilitado novas formas de se olhar o cinema brasileiro, o cinema realizado no Rio de Janeiro, tensionamentos e transformações.

Zona Portuária do Rio de Janeiro, um espaço em transformação

Externa. Dia. De carro na Perimetral, sentido Avenida Brasil, vemos os navios atracados no Porto. Canto gregoriano ao fundo. Barulho das ondas. Uma mulher e um homem conversam em inglês, vozes saídas de um filme antigo...

- Pegamos um barco para São Sebastião. Era tudo como eu havia imaginado. Contemplei as estrelas brilhando e senti o vento morno em meu rosto. Respirei fundo e cada parte de mim disse: “Que bonito!”
- Não é bonito!
- Você leu meus pensamentos, Sr. Holland.
- É fácil ler os pensamentos dos que vêm a primeira vez. Tudo parece bonito, porque você não entende. Aqui não há beleza, só morte e decadência.
- Não pode realmente acreditar nisso.

Externa. Noite. Uma estátua de São Sebastião aparece em destaque.

- Você sabe o que é isso?
- Uma figura de São Sebastião.

Externa. Dia. Pedra do Sal. Grafite de um navio negreiro toma conta da cena.

- Sim. Mas foi antes uma figura de proa em um navio negreiro. Foi de onde veio o nosso povo. Da miséria e da dor da escravidão. Por gerações a vida lhes foi um fardo. Por isso eles ainda choram quando nasce uma criança e se alegram em funerais.

Externa. Dia. Cais da Imperatriz.

- Já lhe disse, Srta. Connell, este é um lugar triste.

O diálogo que serve de epígrafe a esta seção foi tirado de um *teaser* postado no canal de da produtora Alumbramento no site de compartilhamento de vídeos Vimeo. Este *teaser*, com duração de 1 min 48s é do filme *O porto*², dirigido por Clarissa Campolina, Júlia de Simone, Luiz Pretti e Ricardo Pretti. O filme estreou, muito diferente do que o *teaser* prometia, na Semana dos Realizadores de 2013, e foi projetado na Praça São Salvador, no bairro das Laranjeiras, Rio de Janeiro, no contexto das manifestações daquele ano. *O porto* é um dos

² Sinopse: “Cais do Vallongo - Cais da Imperatriz - Porto do Rio - Porto Maravilha: camadas de uma cidade assombrada pelo progresso.” Página do filme: <<http://www.teia.art.br/br/obras/o-porto/equipe#http://www.teia.art.br/br/obras/o-porto/>>.

primeiros filmes sobre a Zona Portuária que, de forma experimental, aponta alguns dos dilemas pelos quais a cidade do Rio de Janeiro tem passado nos últimos anos e reflete sobre ações urbanísticas no próprio filme. Do tráfego na Perimetral, as inscrições e o graffiti que vão sumindo conforme se dá a retirada gradual do elevado, até as obras no Porto e uma presença mais evidente da população negra no entorno da Praça Mauá, com o Cais do Valongo e o Cais da Imperatriz. As questões que aparecem na epígrafe, a beleza, o deslumbramento, as dúvidas e incompreensões, a morte e a decadência, a dor e a alegria, a negritude, entre tantos temas e possíveis interpretações viram recorrências nos filmes sobre o Porto produzidos nos anos 2010.

Esse filme, em suas reflexões e dúvidas, direta ou indiretamente se relaciona com outros filmes que passeiam por uma Zona Portuária registrada em sua cotidiana transformação. Visionário e apaixonado pelo Rio de Janeiro, Zózimo Bulbul produziu e dirigiu em um espaço de vinte e cinco anos (1981 a 2006) cinco filmes que percebem/perseguem a cidade por caminhos não usuais, o da memória negra e dos personagens que dão corpo à cidade. São eles: *Aniceto do Império – Em dia de alforria* (1981, 11'), *Pequena África* (2002, 14'), *República Tiradentes* (2005, 36'), *Samba no trem* (2005, 18') e *Zona carioca do porto* (2006, 28'). Nesses filmes, caminhando pelo Centro, que abriga espaços como a Praça Tiradentes, a Pequena África e mais especificamente a Zona Portuária, encontramos diálogos com a cultura musical e a dança da cidade, a presença de negras e negros, e, entendidas por ele como formas de resistência, a malandragem e a prostituição. O Centro da Cidade como centro de mundo, o Centro da Cidade como A Cidade. Partindo dali, pelos caminhos que nos levam a Madureira, são apresentados seus artistas e suas manifestações culturais, como as escolas de samba e o Trem do Samba. É neste trânsito geográfico e temporal, que conhecemos pelos olhos de Zózimo um pouco mais da história deste Rio de Janeiro que se apresenta negro.

Mais recentes e dialogando com o contexto das transformações urbanas decorrentes de megaeventos, temos filmes como

*Casas marcadas*³, *Corpo da cidade*⁴, *Esse amor que nos consome*⁵, *A morte de J. P. Cuenca*⁶, *Porto da Pequena África*⁷, *Pedra que samba*⁸ e *O porto do Rio*⁹. Fazendo parte do Projeto Porto Maravilha, a retirada do Viaduto da Perimetral (via elevada suplementar à Av. Rodrigues Alves), entre novembro de 2013 e abril de 2014, se torna um emblema em alguns desses filmes. Em o *Corpo da cidade*, uma bailarina dança sobre as ruínas. Em *A morte de J. P. Cuenca*, é a imagem da morte da própria cidade. Mas este é um lugar triste mesmo?

De forma mais evidente, a cidade está em disputa, a das possibilidades de requalificação urbana a partir da Zona Portuária, a cidade dos megaeventos e suas imagens: uma Zona Portuária e suas transformações.

³ Sinopse: “A história se repete, para que me serve este progresso, se agora que está ficando bom tenho que ir embora? Remoção no Morro da Providência, favela mais antiga do Brasil, centro da cidade do Rio de Janeiro”. Página do filme: <<https://www.facebook.com/casasmarcadas-brasil/timeline>>.

⁴ Sinopse: “Filme curta-metragem em que uma bailarina se lança na cidade em plena transformação urbana”. Página do filme: <<https://www.facebook.com/corpodacidade/timeline>>.

⁵ Sinopse: “Gatto e Barbot são companheiros de vida há mais de 40 anos e acabam de se instalar em um casarão abandonado no Centro do Rio de Janeiro. Ali, eles passam a viver e ensaiar com sua companhia de dança. A luta do dia a dia se mistura à criação artística e à crença em seus orixás. Através da dança eles se espalham pela cidade, marcando seus territórios”. Página do filme: <<https://www.facebook.com/EsseAmorQueNosConsomeThisLoveThatConsumes/timeline>>.

⁶ Sinopse: “Em 2008, um cadáver identificado pela polícia com a certidão de nascimento do escritor João Paulo Cuenca foi encontrado no esqueleto de um edifício invadido na Lapa. Inspirado nesse fato, o filme investiga o roubo da identidade do autor num Rio de Janeiro fantasmagórico e em profunda transformação. Se na ficção e nas páginas policiais é lugar-comum os vivos roubarem a identidade dos mortos para começar uma nova vida, o que temos aqui é o caso oposto: alguém que rouba a identidade de um homem vivo para morrer em seu lugar”. Página do filme: <https://www.facebook.com/mortecuenca/timeline>.

⁷ Sinopse: “Historiadores e contadores de histórias reconstróem a Pequena África. Um reino imaginário que fez da Zona Portuária do Rio o berço do samba e do futebol; das favelas e das revoltas sociais; da malandragem e da organização sindical. A Pequena África ensinou o Rio a ser Carioca”. Página do Filme: <<http://armazemculturaldasartes.blogspot.com.br>>.

⁸ Sinopse: “Um passeio pelo Circuito da Herança Africana no antigo porto do Rio de Janeiro revela a roda de samba da Pedra do Sal. Uma voz de uma escrava evoca o passado. Construções viram pó. Ficam as pessoas. E o samba”. Página do filme: <<https://www.facebook.com/pedraquesamba/>>.

⁹ Sinopse: “O documentário narra, por meio de entrevistas com moradores e técnicos, a transformação da região portuária da antiga capital do Brasil em face às obras de reestruturação urbana, promovidas pelo projeto Porto Maravilha. O filme percorre a vertente cultural do samba na região para contar a história do principal porto de escravos das Américas e ensaiar caminhos e desejos para a consolidação do bairro no coração do Rio de Janeiro”. Fonte: <<http://www.nosdomorro.com.br/documentario-o-porto-do-rio-esteira-no-festival-do-rio.html>>.

Ora essas imagens são registros das mudanças, como os fotógrafos oficiais fizeram no início do século XX durante a reforma Pereira Passos e em outros momentos significativos do urbanismo no Rio de Janeiro. Ora essas imagens registram a memória dos moradores. Ora trabalham com a Zona Portuária como cenário, refletindo e registrando a transformação da paisagem e a construção dos projetos atuais. Ora essas imagens servem como restituição da memória negra.

A esta Zona Portuária e suas transformações une-se uma segunda questão que vai definir o que estou pensando como a cidade em disputa ou a disputa de memórias: os 450 do Rio de Janeiro e os 450 como marca. É neste contexto que vários olhos (e lentes) se voltam ao Porto e movimentos como @Rio450 e o festival 72 Horas Rio Festival de Filmes são criados. O primeiro é dedicado a comemorar os 450 anos da cidade do Rio de Janeiro com uma imagem por dia, idealizada pelo publicitário André Galhardo e realizada por fotógrafos amadores e profissionais, moradores da cidade e turistas, durante um ano. O segundo é um festival de cinema criado pelos produtores Cristiano Vicente e Nicole Freeman, da empresa Providence, e patrocinado pela Prefeitura do Rio de Janeiro e pela marca 450.

A Zona Portuária vai ao cinema: caracterizando o 72 Horas Rio Festival de Filmes

O 72 Horas Rio é um projeto irmão de outro, australiano, que propõe que se faça filmes em 48 horas (<http://www.48hourfilm.com>). Na adaptação para o Rio, ganhamos mais 24 horas, um espaço definido, a região central da cidade, com foco na Zona Portuária. O primeiro desafio foi em 2014 e só o conheci por acaso, assistindo aos curtas produzidos, já no Festival Visões Periféricas e posteriormente indo a duas sessões do cineclubes Vizinhos do MAR, em setembro e novembro de 2014.

Em primeiro lugar observei o formato e alguns temas: a regra é produzir filmes de até 6 minutos e 15 segundos, e nenhum a que assisti

tinha menos de 4 minutos. No projeto a Zona Portuária inclui Gamboa, Morro da Conceição, Providência, entre outros lugares no entorno. Os gêneros aceitos são: ficção, animação e documentário. Na edição de 2015, filmes de celular eram aceitos. A região pode ser personagem, protagonista e cenário/paisagem. Há muito diálogo com memória e história; é um cinema que dialoga com urbanismo e arquitetura. Nas duas vezes em que fui assistir aos filmes produzidos na edição de 2014, tivemos contato com as equipes produtoras, que compartilharam um pouco do processo de realização. Achavam que valia a pena atentar para muitos detalhes não ditos no edital. Com relação à produção, como o tempo era curto, o objetivo era deixar o processo de produção o mais adiantado possível. Não dava para filmar antes, por exemplo, pois, para garantir que as equipes produziram tudo em 72 horas, a produção propõe a inserção de uma frase e um objeto comum a todos os filmes. Em 2014 a frase foi “o caminho da vanguarda”, e o objeto, linha. Em 2015 a frase foi “tudo faz sentido até agora”, e o objeto, uma bolsa, qualquer bolsa. Em 2016 a frase foi “podemos fazer o quiser, é só levantar e sair”, e o objeto, um espelho. Como o festival foi crescendo em tamanho, área filmada e inscrição de equipes, em 2016 se inseriu o que foi chamado de cortes criativos, desafios na filmagem e montagem dos curtas. Desafio-gincana, frase, objeto e elemento criativo são dados em um evento, uma espécie de largada que determinará o espaço de produção nas 72 horas.

Sobre o tempo curto, observei ainda que muitas equipes se organizaram e viveram (n)a região nas 72 horas. Dormiram, comeram e trabalharam em turnos para que o filme fosse entregue no prazo. Enquanto alguns filmavam, outros decupavam, editavam e assim por diante. É um desafio em todos os sentidos. Algumas equipes não conseguiram editar e renderizar o filme a tempo. Esse era um gargalo na produção, que impossibilitava que o filme concorresse, mas, se fosse entregue, era possível garantir sua exibição no festival. Em relação ao lugar e seus moradores, foi muito bom perceber um mapeamento dos locais e registros das transformações, além de pensar sobre algo

mais específico, que é a relação com a paisagem, nem sempre “bonita”, nem sempre “turística”. Os moradores participaram fazendo parte das equipes, como entrevistados, cedendo locações, participando do cineclube. Houve diálogo com os moradores, pontes feitas e experiências compartilhadas sobre a região. Nas duas vezes que pude ver os filmes no cineclube, ouvi conversas sobre remoções, enobrecimento da área (gentrificação), encarecimento da região etc. Vi moradores impactados com as transformações aceleradas e com medo pertinente de não conseguirem manter suas casas. A princípio, após ver alguns filmes e acompanhar o projeto por meses, em seu cineclube e nas páginas mantidas na internet, identificava pelo menos quatro elementos no festival: 1) registro das transformações urbanas; 2) memória dos moradores; 3) paisagem -zona portuária; 4) conjunto de curtas produzidos sobre um determinado espaço, criando um *corpus* do que seria, do que é e do que imaginamos ser a zona portuária, além de um diálogo possível entre imagens, ciências sociais e cidade. Um quinto elemento aparece na pesquisa de forma mais evidente a partir de 2015, como camadas: a herança africana, a presença da cultura afro-brasileira e a zona portuária como um espaço afro-carioca. Dos 84 filmes entregues e exibidos em 2015, por exemplo, cerca de 10% mergulhava nesta questão.

Nesse mesmo ano, na sessão que consegui acompanhar (ao todo foram oito), assisti a filmes realizados na Providência e no Morro do Pinto, filmes cujos temas passavam pelas seguintes questões: desapropriação, enobrecimento dos espaços, história de personagens locais, patrimônio imaterial e a existência do tambor de crioula na região. Essa variedade de assuntos mostra, mais uma vez, como a zona portuária é rica nas suas possibilidades fílmicas e como o festival possibilita não apenas o registro daquelas paisagens em transformação, mas também um certo mapeamento dos locais por onde as equipes passam, têm ou criam laços nos seus processos de produção, nas opções de filmar tal espaço que servirá de locação, o que mostrar, quais discursos se evidenciam, como pensar as imagens da cidade (ou não) a favor

das produções e os níveis de diálogo estabelecidos – enquadramento, externa ou interna, dia ou noite, locações, integração dos moradores nas equipes ou não, formação de equipes de moradores, entre tantas outras possibilidades.

Destaco, aqui, duas questões. A primeira é que roteiros originais e filmes desenvolvidos por equipes com experiência e projeção no audiovisual foram premiadas, demonstrando a importância, na qualidade do filme e nos processos criativos, de seguir filmando. A segunda questão é a premiação e a projeção, em outros festivais, de dois curtas que ganharam prêmios principais. Em 2014, o curta *Óna*, do Coletivo Crua, é selecionado na mostra e passa o ano fazendo uma carreira em festivais e recebendo prêmios. O Coletivo Crua, que passa a ser caracterizado na próxima seção deste artigo, estava, entre 2014 e 2015, baseado no Hotel da Loucura, no Engenho de Dentro. Em 2015, *Elekô*¹⁰ foi o grande vencedor do festival, ganhando quatro prêmios. Realizado pelas Mulheres de Pedra, Coletivo de Mulheres Negras da Pedra de Guaratiba, Zona Oeste do Rio, o filme desde a sua premiação também tem circulado por importantes festivais. Ressalto que tanto *Óna* quanto *Elekô* são produzidos, realizados e protagonizados por negras e negros, cujas questões relativas à história, religião e cultura afro-brasileira estão presentes.

Para abrir os trabalhos, para abrir os caminhos: 2014 e o Coletivo Criativo de Rua (Crua)

Olhando em retrospecto e passados alguns anos do início da pesquisa, percebo que *Óna* foi uma espécie de divisor de águas nas produções sobre as paisagens urbanas do Rio de Janeiro. Notamos isso não somente ao mergulharmos nos aspectos estéticos do curta, mas ao

¹⁰ Sinopse: “Um fio de poesia vermelha conduzindo a experiência audiovisual de fazer-se e afirmar-se na loucura das condições de ser negra. Olhando a história a partir do porto, reconhecer e afirmar as potências e a beleza. Parir do próprio sofrimento um horizonte de liberdade, apoio e colaboração. Encontrar na presença de outras mulheres a força do feminino e o sagrado sentido de ser, até poder celebrar a vida, em fêmea comunhão e sociedade”.

pensarmos nas questões discursivas e no cenário de produção que possibilitam fazer um filme em que Exu está em todas as partes da cidade, acompanhando e protegendo quem está nas ruas, quem circula, quem festeja, quem vive. Em uma fotografia próxima ao livro *Laroyê*, de Mario Cravo Neto, aqui a produção é coletiva e há muitas pessoas a se debruçar sobre o projeto e o processo criativo. São dois atores no elenco, Raphael Cruz, como Exu, e Igor Costa, como o poeta, e quatorze pessoas a dividir a direção e a produção: Alan de Souza, Arthur Waite, Bruno Thomassin, Diana Vieira, Hud Figueiredo, Jeferson Pedro, Lorena Bispo, Naouel Laamiri, Plínio Gomes Pedro, Rafael Biondi, Rafael Ferreira, Rodrigo Mends, Thais Alvarenga e Wallace Bambú. São fotógrafos, diretores de fotografia, artistas visuais, grafiteiros, produtores, entre outras inserções profissionais. O Coletivo Crua coloca que “surgiu da iniciativa de um grupo de jovens da periferia do Rio de Janeiro, interessados em expressões artísticas populares” (Coletivo CRUA) e que se definem como:

Um coletivo de artes integradas que tem como objetivo atuar em periferias e locais marginalizados pela sociedade, proporcionando intervenções culturais que aproveitem o potencial de cada localidade. Acreditamos que a cultura popular de cada comunidade é de fundamental importância para o contexto de nossa cidade. Por isso, o nosso objetivo é integrar, explorar e divulgar a cultura local. Trabalhando colaborativamente com os atores locais para proporcionar uma troca de saberes, afeto e valorização das identidades periféricas. (COLETIVO CRUA).

O comum no espaço público e num espaço periférico. Favelas. Subúrbios. Zona Oeste. Com uma produção que inclui dois curtas – *Óna* (2014) e *Flor e espinho*¹¹ (2015) –, registros audiovisuais em eventos na cidade e a formação de um circuito cineclubista itinerante que atua em bairros periféricos da cidade com ênfase na produção de cineastas negros, este coletivo misto e predominantemente jovem de certa forma inaugura um outro modo de narrativa visual negra e coletiva. A tomada de espaços que historicamente são negados e a ocupação de outros a serem constru-

¹¹ Sinopse: “Até onde você iria para marcar definitivamente a vida de quem ama? Drama baseado nos delírios de amor vividos e cometidos na sociedade”.

ídeos casam bem com a ideia de participar de um festival de cinema que propõe a produção de um curta, um festival que mantém estreito diálogo com o Museu de Arte do Rio, localizado na Praça Mauá. Além disso, é um festival que acolhe filmes que, em termos de forma e conteúdo, apostam nas imagens do Rio de Janeiro, seus mapeamentos de cenários e paisagens, mas, acima de tudo, nas representações e nos roteiros que sejam de interesse dos negros e dos moradores das periferias.

No Rio de Janeiro, o Coletivo Crua de certa forma inaugura uma certa produção visual coletiva que cruza a cidade e suas imagens e as questões raciais brasileiras (além da própria cultura e história afro-brasileira). Pensar nas paisagens do Rio de Janeiro e em como uma geração se apropria/mergulha na história da cidade, para mergulhar na sua própria história, para criar suas próprias narrativas. E que antes de qualquer coisa, é a afirmação de seus corpos políticos.

Exu Óna, Senhor dos Caminhos das paisagens negras

Óna
Um poeta realiza uma oferenda à Exu, mensageiro entre Orún (Céu) e Aye (Terra), a fim de libertar os caminhos da sua raça que até hoje sofre com um preconceito cultural e estético.

COLETIVO CRUA, 2014

Realizado em 72 horas utilizando cenários do Cais do Porto como o Valongo, o Cemitério dos Pretos Novos, a Pedra do Sal, o Morro da Conceição e a Perimetral, Óna é uma produção coletiva envolvendo dezesseis pessoas, do roteiro até a pós-produção. Em 5 minutos e 5 segundos de filme, acompanhamos um poeta (Igor Santos) fazendo uma prece a Exu. Aquele sem o qual não há inícios, aquele que não é bom nem mau, aquele que é o mediador entre os mundos, Exu é a quem a prece é dirigida. Exu Óna é quem cuida dos preconceitos culturais e estéticos pelos quais os negros ainda passam. Estamos falando dos anos 2010, em que algumas questões estão em pauta e nos inquietam; embora algumas pareçam muito distantes, elas se cruzam e dialogam no cotidiano: o genocídio da juventude negra,

a intolerância religiosa e a violência contra terreiros de candomblé, o processo de demonização das religiões afro-brasileiras e da figura de Exu, o processo de reconfiguração da Zona Portuária, as remoções, o aumento de aluguéis e custo de vida na região. Racismo na sociedade brasileira e herança da sociedade escravocrata. Óna estreia no 72 Horas Rio Festival de Filmes em 2014, a partir de uma produção pensada e criada especialmente no festival. Neste filme, a primeira parte apresenta o poeta fazendo uma prece para Exu, colocando uma oferenda e pedindo. Exu Óna, o Senhor dos Caminhos, se materializa e passa a acompanhar e cruzar o caminho do poeta, assim como daquelas e daqueles que estão na rua, seguindo. As ruas não são estranhas, são as ruas do entorno do Porto, aquele mesmo porto que recebeu africanos escravizados. Se a Zona Portuária é negra, alguns locais o são de forma mais marcada, e a escolha dos locais de filmagem – o Valongo, a Pedra do Sal, o Cemitério dos Pretos Novos – são escolhas políticas dentro do leque apresentado pelo festival.

Aqui, o Coletivo aciona dois mestres das palavras e da ação política, ativistas pela emancipação dos negros brasileiros: Solano Trindade e Abdias Nascimento. É com um poema de Solano, “Olorum Èkè”, que o poeta pede:

Olorum Eké
 Olorum Eké
 Eu sou poeta do povo
 Olorum Eké
 A minha bandeira
 É de cor de sangue
 Olorum Eké
 Olorum Eké
 Da cor da revolução
 Olorum Eké

Meus avós foram escravos
 Olorum Eké
 Olorum Eké
 Eu ainda escravo sou
 Olorum Eké
 Olorum Eké
 Os meus filhos não serão
 Olorum Eké
 Olorum Eké

A partir da prece, Exu passa a estar entre nós. Nas ruas. Cruzando caminhos. Nas festas. Onde tem música e alegria. Onde tem prazer. Exu é matéria da cidade, cruzando com personagens que estão em nossos caminhos no dia a dia: moradores de rua, catadores de material reciclável, frequentadores de bares, profissionais do sexo, pessoas que estão na rua para se divertir, o poeta.

Em entrevista sobre o processo criativo de realização de Óna, Raphael Cruz (2015) aponta que não havia referência pré-definida, que elas vieram no processo de dialogar e construir coletivamente as possibilidades do curta, sem perder de vista os cenários e contextos de produção, como apontados nesta seção. Neste sentido, para Raphael Cruz e Igor Costa, atores do filme e participantes da construção da obra, os poemas se autoescolheram, o do Solano como prece e o do Abdias como homenagem à ancestralidade e como pedido de proteção e guia do caminho a ser seguido coletivamente pelo povo negro. “Padê de Exu Libertador”, de Abdias, assim se apresenta no filme:

Exu
tu que és o senhor dos
caminhos da libertação do teu povo
sabes daqueles que empunharam
teus ferros em brasa
contra a injustiça e a opressão
Zumbi Luiza Mahin Luíz Gama
Cosme Isidoro João Cândido
sabes que em cada coração de negro
há um quilombo pulsando
em cada barraco
outro palmares crepita
os fogos de Xangô iluminando nossa luta
atual e passada

Ofereço-te Exu
o ebó das minhas palavras
neste padê que te consagra
não eu
porém os meus e teus
irmãos e irmãs em
Olorum
nosso Pai
que está
no Orum

Laroiê!

Aqui o filme se afasta das imagens trazidas pelo filme *O porto*, abordadas anteriormente no corpo deste texto. A identidade negra é positiva e impulsiona a luta, não se coaduna com a ideia de um lugar triste ou com a celebração de mortes e não nascimentos. Aqui a cidade pulsa, é vida. Neste sentido, independentemente dos aspectos políticos dos filmes, por onde circulam, como são produzidos, os prêmios nacionais e internacionais que ganham, e independentemente de sua qualidade estética, o que não está em disputa aqui, o que está em debate são as construções narrativas que se afastam de forma evidente: construções pensadas e conduzidas sobre os negros, construções narrativas feitas pelos próprios negros, e como ambos os grupos refletem sobre aqueles espaços, sobre seus corpos na cidade e seus compromissos políticos, estéticos e afetivos. Falar de Exu é falar das ruas do Rio de Janeiro, do que nos funda, de nós mesmos.

Caminhos da cidade: algumas conclusões

Hoje vivemos dois momentos distintos. Por parte do poder público, há uma euforia da cidade em transformação, de mudanças urbanísticas significativas e megaeventos, que, em contrapartida, impactam (uma vez mais) em migrações internas, remoções e disputas de projetos e memórias. A este processo juntase outro, em curso há algum tempo: a difusão de equipamentos como celulares e câmeras digitais e a existência de universos tão amplos quanto diversos que incluem cineclubes, diálogos entre cinema e escola, grupos de sensibilização ao audiovisual, projetos de extensão realizados nas faculdades e universidades. O audiovisual como ativismo e engajamento político e cultural faz com que percebamos que há uma maior apropriação da cidade (e de várias cidades) por seus atores e uma consequente reflexão dos espaços que habitamos e transitamos. Desta forma, vai sendo traçado um mapa visual do Rio de Janeiro – e, de forma sistemática, da Zona Portuária – que nos possibilita refletir sobre a diversidade de discursos emergentes nos filmes e

fotografias produzidos, circulando em festivais, mostras e exposições, acolhidos em museus da região, mas não apenas, e tendo como curadores e programadores profissionais relacionados à cena política e cultural do Rio de Janeiro.

Sobre o 72 Horas Rio Festival de Filmes, percebo que uma parte dos seus filmes formou uma rede discursiva e polifônica sobre o Rio de Janeiro e suas transformações mais recentes. O primeiro desafio foi em maio de 2014 e os filmes produziram maior circulação no cineclube criado pelo próprio projeto, o Vizinhos do MAR, e posteriormente em festivais de cinema que ocorrem no Rio de Janeiro, como o Visões Periféricas e a Mostra Filme Livre. Além disso, há estímulo e apoio por parte dos produtores do festival para que esses filmes, os premiados e os não premiados, circulem e tragam novas reflexões e debates sobre o festival e, de certa forma, sobre a própria Zona Portuária.

São inúmeras as vozes que gritam por um tipo de cidade ou disputam as representações políticas das mesmas. Como suas sinopses são elaboradas, a seleção em determinados festivais tem um olhar orientado pela subjetividade das curadorias. Onde e como esses filmes são exibidos, circulam e são debatidos com realizadores após exibições são importantes questões para percebermos o quanto as imagens da Zona Portuária estão em disputa. Quantas Zonas Portuárias emergem nos mais de duzentos filmes de até seis minutos produzidos nas duas edições. Remoções e reconstruções. Artistas como personagens. Mapas. As contradições de andar e viver na cidade. Ser refém de certa capitalidade que o Rio de Janeiro detém, e seu diálogo com a Região Metropolitana. A memória afro-brasileira no Porto. Cenários de comédias, performances e histórias de amor. De fazer cinema na e sobre a cidade. As tensões e ambiguidades que aparecem neste projeto de Rio de Janeiro e suas construções fílmicas. Em dez anos, esse mapa das ficções e não ficções produzidas apenas neste festival é muito distinto do Centro do Rio quase desconhecido em seu período prérevitalização da área do Porto,

ainda com seus antigos moradores, como retratado no filme *Morro da Conceição* (2005)¹².

Esta multiplicidade, que tem sido registrada visualmente, ganha outros contornos quando percebemos que uma parte significativa desses filmes e fotografias se referem à memória afro-brasileira e à percepção de que a Zona Portuária é um território negro. Esta territorialidade se apresenta nos museus, nas curadorias das obras expostas, nos debates e no diálogo desenvolvido entre moradores da região, nas universidades e nos registros e memórias audiovisuais da região, que também têm a preocupação de dialogar com os moradores, registrar suas histórias e trazer alguns desses museus como personagens e cenários de filmes e registros fotográficos. É a partir dos filmes realizados na e sobre a Zona Portuária que percebemos a cidade em disputa, assim como processos de remoções, requalificação urbana, gentrificação e reurbanização.

Com isso, finalizo este capítulo com uma recomendação e uma observação etnográfica e visual:

Texturas

Sugiro que tire os sapatos antes de tirar a câmera da mochila. A história de uma cidade como essa é feita das camadas de chão que nela encontramos. Antes do lugar da câmera, o lugar de seus pés. Antes do tripé, as solas e seus calcanhares. O Rio de Janeiro de cinema que vai encontrar é lamacento como os mangues-gengivas que cercavam a baía, borrachento e quente como o asfalto das avenidas que amassaram as pequenas vielas de pedras irregulares, úmido e irregular como o chão escuro de terra que sustenta a floresta projetada no coração da cidade, pedregoso e íngreme como as grandes rochas que sempre estiveram lá. Vai perceber, ou lembrar, que essa cidade é uma sucessão de camadas e véus sob seus pés. Perceberás que para filmar a cidade, vai caminhar por muitas máscaras, sob seus passos descalços - não só as máscaras do carnaval, mas as máscaras dessa cidade feita para ser outra Lisboa, outra Paris, outra NY, outra Miami, outra Dubai, outro Rio de Janeiro. Sugiro que antes de enquadrar o horizonte recortado e tão convidativo da cidade, olhe para o chão dos seus pés sem sapato e veja que está

¹² Sinopse: "Após 5 anos de visitas ao Morro da Conceição uma equipe de cinema filmou conversas com apenas 8 dos seus cerca de 4 mil moradores – os mais velhos, com idades que chegam a 97 anos, nascidos no morro e filhos de portugueses. Esses senhores e senhoras narram histórias de suas vidas, inevitavelmente atravessadas pelas histórias da cidade e do país. A construção desse imaginário devolve ao Rio de Janeiro um filme que trata da sua memória e do seu esquecimento". Página do filme: <<http://www.crisisprodutivas.com/filmes/morro-da-conceicao>>.

pisando em uma sucessão de telas muito finas de cinema – sobrepostas como em um caleidoscópio tão fragmentado que, para os mais distraídos, pode parecer-se com chão firme. (BRAGANÇA, 2015, p. 129-130)

Esta imagem apresentada é uma fotografia e foi feita em abril de 2015 na segunda edição do 72 Horas Rio Festival de Filmes. A Perimetral já havia sido retirada, mas o grafite feito para o filme ainda resistia no momento em que filmávamos um curta para participar do festival. Em 2016 não mais existia. É um dos grafites apagados para dar lugar ao mural *Etnias*, de Eduardo Kobra. Realizado para a Rio 2016 e hoje mais um símbolo do Rio de Janeiro, um ponto turístico que tem como proposta a paz das nações, o mural é o maior grafite do mundo segundo o *Livro Guinness dos Recordes*. A cidade continua em disputa, o jogo ainda está em curso. Como aponta Felipe Bragança, estamos caminhando por muitas camadas e véus, mas acrescento uma aposta: com olhos e caminhos abertos.

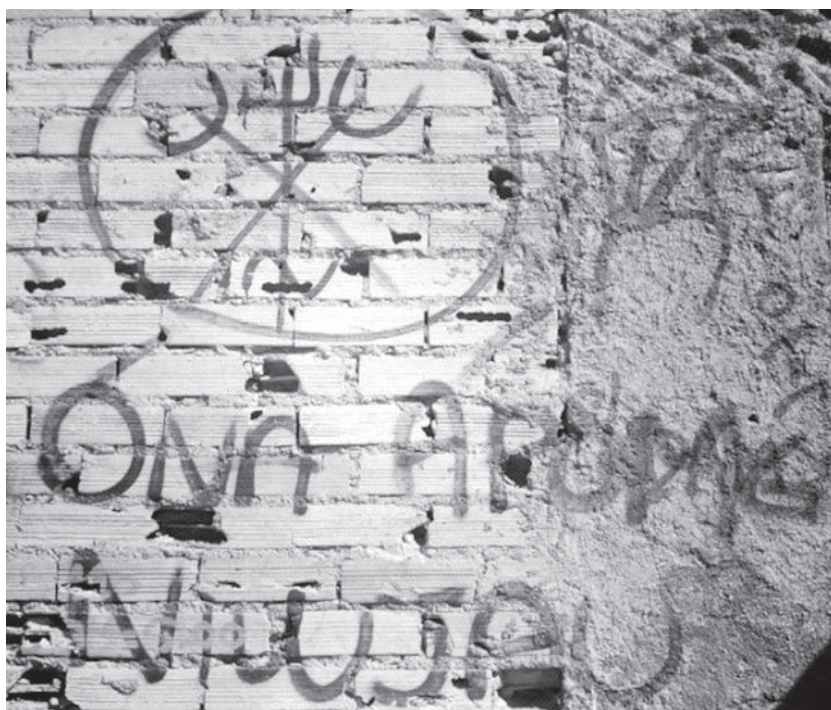


Figura 1: Sobre Óna (Coletivo Crua, 2014) O caminho da vanguarda.
Foto da autora, abril de 2015.

CAPÍTULO 14

FOTOGRAFIA, GÊNERO E NARRATIVA SOCIAL

Alexandre Bergamo

Seja ela profissional, caseira ou amadora, a fotografia penetra a vida cotidiana das mais diversas formas: está em cartazes, revistas, jornais, livros, na internet, mas também em álbuns, porta-retratos e, mais recentemente, também em celulares. Pode ser de uma paisagem, de uma viagem, de uma reunião de amigos, de um casamento, de uma formatura ou um simples *close*. A fotografia, todos sabemos, faz parte de nosso cotidiano.

Exatamente por isso, ela entra no registro de uma certa experiência social, mobilizando códigos e valores sociais tanto para sua composição quanto para sua apreciação. Quando uma pessoa olha para um retrato, por exemplo, seu ou de qualquer outra pessoa, ela “confere” se a imagem está “como deveria estar”, se a pessoa fotografada “está bem”, se aquela é uma “boa foto” ou não, o que nela está “correto” e o que está “errado”. Nesse sentido, a fotografia dá forma, materialidade e confere sentido não apenas a uma dada experiência social, mas também a práticas sociais específicas, nas quais estão implicadas justamente as regras para o registro, a composição e a apreciação dessas imagens. É justamente esse processo capaz de dar forma e materialidade a uma certa prática social que interessa aqui.

A fotografia, assim como a moda (BERGAMO, 2007), precisa ser pensada em um registro diferente das demais manifestações artísticas e culturais passíveis de produção ou reprodução em série. Basta pensarmos no cinema, na televisão ou na música. Evidentemente, códigos e valores sociais são mobilizados seja para sua produção, seja para sua apreciação. Mas a maior parte de nós não “faz” televisão, música ou cinema no seu

dia a dia¹. A fotografia, diferentemente, pode ser feita cotidianamente por um grande número de pessoas, assim como ela é parte importante e, por vezes, indissociável de uma série de produtos da indústria cultural. Mobiliza, por isso mesmo, tanto códigos de percepção profissionais quanto coletivos, de grupos. O fato de que a fotografia possa ser encontrada na propaganda, em galerias, museus e arquivos históricos não elimina, portanto, a problemática ligada a seu uso cotidiano, penetrando a vida das pessoas, mas também lhe conferindo uma materialidade própria. Ao contrário, o uso cotidianamente feito pelas pessoas da fotografia penetra a produção industrial, modificando suas linguagens².

A discussão que será apresentada aqui representa o resultado parcial de uma etnografia realizada entre famílias católicas de camadas médias urbanas de Fortaleza, no Ceará. É importante deixar isso claro, pois significa dizer, portanto, que há uma série de limitações que devem ser colocadas às conclusões aqui presentes. Ainda não consegui, até o momento, estabelecer parâmetros comparativos com outras filiações religiosas, o que seria desejável. E o universo das camadas mais baixas, que reside nas periferias e nos cortiços espalhados pela cidade, ainda é desconhecido para mim.

No entanto, se as conclusões a respeito do uso social da fotografia não podem aqui serem generalizadas, o mesmo não pode ser dito das questões metodológicas implicadas, uma vez que parte substancial do problema consiste na possibilidade de usar a fotografia – tomá-la como “fonte” – para a análise de práticas sociais específicas. E, principalmente, no caso específico da discussão aqui apresentada, discutir a validade, o alcance, ou mesmo as limitações do uso da fotografia enquanto “registro biográfico”.

Tomada a partir de seu uso cotidiano, ou seja, do registro que as pessoas fazem de si mesmas, a fotografia precisa ser pensada por meio dos nexos que estabelece entre o passado, o presente e o futuro, entre

¹ O avanço da tecnologia tem modificado isso em parte. Há uma série de programas de computador hoje que permitem a edição de vídeos e a elaboração de “trilhas sonoras”.

² Como, apenas para citar um exemplo, a deformação da imagem, o enquadramento e o deslocamento da câmera próprios aos “*selfies*”, que agora são incorporados à propaganda e aos vídeos de viagens e turismo, chegando às séries televisivas e aos filmes de cinema. Esse uso específico da câmera possibilita ao personagem a “*narrativa em primeira pessoa*”, retirando da câmera a “*narrativa em terceira pessoa*” que lhe é própria.

a história individual e a história coletiva (de um grupo, de uma família etc.), entre expectativas individuais e valores partilhados coletivamente, entre códigos de apreciação particulares e aqueles utilizados pelas grandes empresas de comunicação, entre os significados intrínsecos e suas formas de expressão (AUERBACH, 1998; PANOFSKY, 2001; ELIAS, 2001).

Importante mencionar que o interesse por esta pesquisa nasceu, em grande parte, de minha experiência como fotógrafo. A indagação propriamente etnográfica surgiu há mais ou menos 16 anos atrás. Na verdade, eu não tinha uma “pergunta” capaz de orientar essa pesquisa. Ela surgiu aos poucos, como parte de minha vivência entre algumas famílias católicas no Ceará. De que maneira? Como fotógrafo, mobilizo certas convenções para a composição das imagens, as quais podemos chamar, de forma mais apropriada, de “linguagem fotográfica”. No entanto, essas convenções pouco ou nada representavam para as fotos que eu fazia ali, para aquelas famílias.

Trata-se, portanto, de uma etnografia surgida às avessas, onde o estranhamento surgiu do olhar daquelas famílias sobre minhas fotografias antes mesmo de ter surgido em mim, estranhamento esse que causava conflitos e constrangimentos. Foi o estranhamento deles que direcionou minha prática fotográfica para um interesse cada vez mais etnográfico. Para aquelas pessoas, o que é uma boa fotografia? O que é um bom fotógrafo? A partir de um dado momento, portanto, passou a ser muito mais importante para mim compreender o que elas esperavam “encontrar” naquelas imagens. Este trabalho é resultado dessa indagação e dessa experiência etnográfica.

Critérios de seleção e apreciação das fotos

“Essa foto não presta”. Ouvi essa frase mais de uma vez. Ouvi outras também, menos agressivas, mais cordiais. Como, por exemplo, um “que diferente...” expresso por meio de uma mescla de estranhamento e confusão. Elas são, antes de mais nada, indicadoras de que há um conflito de valores e de expectativas em relação à imagem fotográfica.

Ou, mais especificamente, da presença de códigos de percepção e de apreciação específicos (BOURDIEU, 2007) que tanto podem estar expressos nos comentários sobre as imagens quanto em sua própria composição. O choque de apreciações perante uma fotografia representa, portanto, o choque entre diferentes práticas e códigos sociais que se manifestam por meio de julgamentos estéticos, que fazem com que uma fotografia seja considerada “boa” ou “ruim”, “bonita” ou “feia”, os quais são mobilizados tanto para “descrever” quanto para “apreciar” uma imagem (BAXANDALL, 2006). São igualmente utilizados, e é importante não nos esquecermos disso, para “compô-la”, escolhendo motivos, temas, momentos, personagens. Mas também enquadramentos, perspectivas, planos de fundo, cores, luzes e formas.

Exatamente por isso, pode-se fazer a análise de uma fotografia, basicamente, de duas formas. Primeiro, com base na descrição da imagem, de seus elementos, daquilo que caracteriza uma certa apreciação. Os diferentes momentos, motivos e arranjos (se individual ou em grupo, se para guardar ou presentear etc.), quando descritos, fazem não apenas com que a fotografia tenha uma história, mas demonstram também que ela é parte importante de uma narrativa, tornando-se inseparável dela. Seu valor como imagem depende, com isso, do valor que a narrativa lhe confere: cada imagem tem a sua própria história. Essa é, por exemplo, uma convenção comum do fotojornalismo. Repórteres-fotográficos falam de suas fotos com riqueza de detalhes, seja a respeito do momento em que foi feita, seja dos personagens nelas presentes³. Essa convenção, no entanto, não se restringe ao fotojornalismo, está antes ligada ao “valor histórico” e “documental” que passou a ser atribuído às imagens. Pode ser observada, com isso, em muitas das profissões que fazem da fotografia, mais do que um “documento”, um “monumento” e uma “construção social” (ÁGUEDA, 2008).

Segundo, com base na análise do conjunto geral em que a fotografia está inscrita, como coleções, arquivos, museus, ou mesmo em álbuns de família. Neste último caso, estaria em jogo também a preocu-

³ Essa é uma característica marcante da reportagem (BERGAMO, 2011).

pação com uma dada “construção social”, especificamente da memória e da história familiar, sobre a qual operaria a preocupação de passar uma ideia de harmonia familiar, omitindo situações ou personagens que poderiam gerar algum conflito (JONAS, 1996). Imagens guardadas dentro de gavetas ou caixas de sapato podem, dessa maneira, tanto representar um esforço de manter a vida familiar longe dos olhos das demais pessoas quanto de garantir que certos personagens sejam relegados ao “esquecimento” (MARTINS, 2017), eliminando sua presença das narrativas familiares. Além do mais, esses álbuns são também, propriamente falando, sociogramas leigos que “documentam” as relações e posições sociais familiares, portanto as sociabilidades cotidianas (BOURDIEU e BOURDIEU, 2006).

São justamente os usos sociais da fotografia que interessam aqui, numa perspectiva iniciada por Bourdieu (1965), cuja atenção se volta para os critérios de apreciação e de composição das imagens. Parto, para tanto, do pressuposto de que no caso do uso cotidiano da fotografia, as imagens que fazemos não são apenas elementos de apreciação, mas, fundamentalmente, peças – elementos – de uma narrativa, cujo papel de determinação só pode ser percebido no conjunto geral de imagens feitas, portanto nos nexos que as imagens estabelecem entre si e com as histórias familiares. Esses nexos estão materializados nos critérios de organização dos álbuns, de seleção de imagens para serem mostradas ou descartadas ou mesmo na disposição das fotos dentro do espaço de uma casa. A seleção e a organização são fundamentais, uma vez que possibilitam “narrar” e, com isso, “comprovar” ou “garantir a inscrição” dessas fotografias em uma dada história.

Ou seja, não apenas fotografamos aquilo que “deve ser fotografado” (BOURDIEU, 1965), mas, fundamentalmente, esperamos, dessas imagens, que elas “contem a história que deve ser contada”. Eis o ponto central de minha proposta para esta discussão. Creio que ela poderá ficar mais clara a partir da descrição das situações em que a máquina fotográfica se torna uma peça-chave para o registro dos eventos cotidianos.

Levando bronca: aprendizado sobre o uso social da fotografia

Minha experiência como fotógrafo é anterior à minha experiência como professor e pesquisador. E é por conta dela que algumas vezes sou solicitado a fotografar uma ou outra pessoa, um ou outro evento, geralmente familiar. Embora, portanto, não tenha seguido a carreira de fotógrafo “profissional”, nunca deixei de fotografar. Nas minhas pesquisas sobre moda, televisão ou jornalismo, preferia quase sempre ficar entre os fotógrafos, com quem trocava experiências e impressões ligadas ao trabalho fotográfico.

“Tornar-se fotógrafo” implica dois tipos de aprendizado. Um, o mais evidente e primeiramente lembrado, está relacionado ao domínio técnico da máquina e dos demais recursos para se fazer uma fotografia. Supostamente, é isso que faz de um fotógrafo um “profissional”. Mas há outro tipo de aprendizado, menos evidente, contudo, decisivo, ligado às muitas convenções sociais sobre o que deve ser fotografado e de que forma. Ser fotógrafo de um grande jornal e de casamentos em uma pequena cidade são “práticas profissionais” que mobilizam convenções sociais muito diferentes sobre o que é uma boa fotografia, ainda que o domínio técnico sobre o equipamento possa ser equivalente nos dois casos.

Certa vez, no aniversário de um sobrinho, para o qual me fora solicitado “fazer as fotos da festa”, minha esposa veio me falar que a mãe da criança estava “desesperada” com as fotos que me via fazendo, que eu deveria parar imediatamente e fotografar apenas o que me fosse solicitado. Aqui, nesse pequeno incidente, o primeiro de muitos outros que se seguiram depois, temos um dos elementos-chave para a compreensão do significado da fotografia nesse contexto, de famílias católicas de camadas médias em Fortaleza. Se eu fosse um “bom fotógrafo”, não haveria a necessidade de que me fosse chamada a atenção, o “bom fotógrafo” saberia exatamente o deveria ser fotografado. Para muitas das pessoas com quem passei a conversar depois, era isso que distinguia um fotógrafo “experiente” de um “novato”. O “experiente” sabe quais as imagens que devem ser feitas, e as faz rapidamente. O “novato” precisa

que algum familiar, geralmente uma mulher, lhe diga quais as fotos que devem ser feitas.

Há, portanto, um detalhe de extrema relevância e que pode ser notado nesse pequeno incidente: a desigual participação de homens e mulheres nesse processo. A escolha, seleção e organização das fotografias é feita, na grande maioria das vezes, por mulheres. São elas também quem decidem, algumas vezes, o vestuário familiar a ser usado e, portanto, a ser fotografado. Evidentemente, os homens podem escolher suas roupas, mas é desejável que contem com a aprovação feminina. Para citar uma frase – preconceituosa – bastante corriqueira ali, naquele contexto: “roupa [*a preocupação com ela, evidentemente*] é coisa de mulher”. Mas sabemos, evidentemente, que as coisas não são bem assim (SOUZA, 1987; BERGAMO, 2007; BOURDIEU, 2007).

São as mulheres também quem decidem as fotos em que cada membro da família deve aparecer e ao lado de quem. Pouquíssimas vezes algum homem veio solicitar que eu tirasse uma foto sua. Nas poucas ocasiões em que isso ocorreu, era para ser fotografado ao lado de um parente ou amigo próximo, de maior apreço ou afeto: “você pode tirar uma foto minha com o meu neto?”. Na maior parte das vezes, esses pedidos não eram necessários, uma vez que as mulheres, conhecedoras das relações e dos laços familiares e de afeto, já se encarregavam de organizar as fotos a serem feitas e as pessoas que deveriam estar nelas⁴. São, contudo, os homens que pedem retratos individuais, “tira uma foto minha”, ainda que esse pedido seja pouco frequente. Já quando uma mulher pedia uma foto, era sempre com alguém a seu lado.

Esse “caráter de gênero” ligado à fotografia se estende para além do caso específico da organização de fotos a serem feitas em uma festa de aniversário. Ele pode ser observado, também, na organização dos retratos no interior das casas, igualmente responsabilidade das mulheres.

⁴ Esse aspecto já havia sido notado por Pierre Bourdieu e é retomado por Bernard Lahire (2002: 133): “As mães estão tácita ou explicitamente encarregadas pelo grupo familiar da manutenção e da recomposição das forças de fusão (em oposição às forças de fissão e de estilhaçamento)”. Mas como veremos adiante, esse não é o único aspecto a ser observado nesses álbuns familiares.

No caso das famílias católicas com as quais tive e tenho contato, há basicamente dois tipos de imagens nessas casas: de familiares e de santos. Mães, filhos, irmãos, tias, primos e, é claro, a imagem de Nossa Senhora dividem o espaço dos móveis e das paredes nas casas e nos apartamentos. São dois tipos de imagem em permanente diálogo: de um lado, “a Sagrada Família”; de outro, “a família é sagrada”. As imagens de Nossa Senhora ocupam posição de destaque, simbolizando não apenas a fé, mas também a maternidade em uma forma considerada exemplar. É dela, da “mãe de Deus”, que depende, basicamente, a proteção e a união da família, ainda que outras santas possam ser solicitadas para essa função.

O fato de que os retratos familiares dividam o espaço com imagens santas⁵ não é, portanto, mera curiosidade. E assim como a disposição dos livros é um importante indicador das formas de transmissão cultural (CHARTIER, 2004; LAHIRE, 2008), a disposição dos retratos também o é. Cito um exemplo que me parece bastante ilustrativo disso que acabo de dizer. Para preservar o anonimato da família, não farei uso de nenhuma imagem, apenas de uma descrição. Na única estante que há na casa, retratos, imagens de santos, álbuns de fotografias e livros dividem, de maneira bastante desigual, o espaço. Essa estante é composta por uma parte inferior, com uma escrivaninha e, sob ela, armários com as portas fechadas. Na parte superior, sobre a escrivaninha, estão porta-retratos e imagens de santos. Um pouco mais acima, ocupando três prateleiras, álbuns de retratos. Na prateleira superior, alguns livros antigos, objetos de enfeite mais do que de consulta. Na organização dos porta-retratos, dos livros e das imagens santas está expressa uma certa “ordem cultural e social”. Os livros, por não serem utilizados, são deixados fora do alcance, ocupando a parte superior da estante. As demais prateleiras são ocupadas por álbuns de fotografias, cujas lombadas são semelhantes às dos livros, assim como por retratos e imagens santas, em especial a de Nossa Senhora.

⁵ Não me refiro, aqui, aos “altares”, nos quais também as imagens santas e de familiares podem dividir o espaço (BRAGA, 2010), mas aos demais lugares onde elas são colocadas dentro das casas, como prateleiras, mesinhas etc.



Figura 1: Retratos no corredor de um apartamento.
Fonte: Próprio autor.

Evidentemente, essa hierarquia estabelecida entre livros, retratos familiares e imagens santas varia entre as casas. Há aquelas em que os livros ocupam espaços especificamente destinados a eles. Assim como os retratos, muitas vezes colocados nos corredores das casas e dos apartamentos, como no exemplo abaixo⁶:

O conjunto dessas fotografias, em álbuns, porta-retratos e molduras, é expressivo de uma ordem cuja organização tem um duplo sentido: é social e histórica (temporal). A organização social se expressa na seleção de fotos a serem feitas. Há uma certa hierarquia entre elas, assim como entre as pessoas que nelas aparecem. Nos eventos em que há fotógrafos, portanto aqueles que devem ser registrados, esses profissionais são instruídos a fazerem as fotos de acordo com uma “ordem de importância”. No caso de uma “cerimônia de casamento”, há momentos específicos que devem ser registrados, como a

⁶ A utilização da imagem foi autorizada pela família.

entrada da noiva e a entrega das alianças, apenas para citar dois exemplos. Depois, o fotógrafo deve fazer o registro dos convidados seguindo um critério que é similar ao do registro da “festa de casamento”. Não podem faltar as seguintes fotos (por “ordem de importância”): da noiva, do casal, dos pais da noiva, dos pais do noivo, dos padrinhos da noiva, dos padrinhos do noivo, dos irmãos, dos tios ou tias, dos sobrinhos, dos primos e primas, dos amigos mais próximos. Todas elas sempre com o casal. Essas são as fotos que ocuparão a parte mais importante do álbum, as primeiras páginas e as centrais, sempre ampliadas. Depois, outras fotos poderão ser feitas, dos demais convidados, que ocuparão as partes finais desses álbuns. Muitas nem sequer serão ampliadas, então é comum que, nessas partes finais, numa mesma página, apareçam várias fotos em tamanho menor, cada uma delas de um grupo específico de pessoas presentes ao evento. Importante lembrar que essa parte final dos álbuns passou a ser feita dessa maneira apenas depois que os *books* impressos, com capa e miolo editados digitalmente, começaram a substituir os antigos álbuns onde as fotos eram manualmente colocadas. Evidentemente, essa substituição não ocorreu de forma completa. O álbum de fotos e o *book* impresso coexistem, mas com a clara diferença de custo entre eles. O *book* é, evidentemente, a opção mais cara e, portanto, menos acessível.

Uma vez que essas fotos tenham sido feitas, após seguir essa “ordem de importância”, o fotógrafo está então “livre” para fotografar quem ou o que ele quiser. É o momento em que ele tem mais autonomia e, com isso, pode trabalhar de forma mais criativa e experimental. Isso faz com que, tomadas em conjunto, essas fotografias registrem, algumas vezes⁷, duas diferentes “convenções sociais”. Materializadas nessas imagens podem ser observadas tanto demandas próprias a uma “linguagem fotográfica”, própria do fotógrafo, quanto aquelas relativas ao registro das relações e posições sociais, própria da família que solicita o registro do evento. Portanto, há aquelas imagens que “devem ser feitas” e que se-

⁷ Contudo, nem sempre é de interesse do fotógrafo realizar um trabalho mais “experimental”. O mais comum é que sejam feitas apenas as fotos que foram solicitadas.

guem uma convenção bastante antiga em termos de retrato: são fotos de grupos, em que estes assumem o primeiro – e às vezes o único – plano da imagem. Há um “fundo” em segundo plano, evidentemente (que pode bem ser uma parede decorada, ou mesmo um carro, geralmente aquele em que a noiva chega), mas a parte importante da foto é aquela que está em primeiro plano, o retrato do grupo, geralmente no centro da imagem.

Mas há também outro tipo de imagem. É fácil perceber os momentos em que o fotógrafo está tentando “fugir” dessa convenção – o registro das relações e das posições sociais – para assumir uma postura um pouco mais autoral e criativa: os motivos principais (as pessoas fotografadas) são geralmente deslocados do centro da imagem para as bordas⁸. É o momento também em que ele pode trabalhar com as formas (vestidos, adereços, espelhos, objetos de decoração etc.), com a perspectiva, as cores, os contrastes, o desfoque e com as emoções das pessoas presentes. Essa parte do trabalho nem sempre é visível nos álbuns físicos, impressos⁹, uma vez que não foi esse o tipo de foto solicitada, mas ela pode ser vista nos *blogs* desses fotógrafos, onde geralmente estão as fotos que eles mais gostaram de fazer.

Essas convenções sociais podem ser melhor percebidas nas solicitações cotidianas, ordinárias, para a fotografia: toda vez que uma pessoa me pedia para tirar uma foto sua, ela sempre deveria ser feita, invariavelmente, com alguém: “tira uma foto minha com Fulano”. São poucos, e bastante específicos, os casos em que os retratos devem ser individuais. É muito comum, com isso, que quando alguma dessas pessoas queira uma foto individual sua, ela seja “recortada” de uma foto de grupo. Evidentemente, há casos em que os recortes podem representar uma exclusão simbólica: banir alguém de uma foto como forma de bani-la de sua vida (MARTINS, 2017: 45). Mas é importante perceber que, especificamente no contexto ao qual estou me referindo, as fotos são, geralmente, fotos de grupos. Em certas situações, em que é necessária uma foto “individual”, as demais pessoas presentes na

⁸ É o que se chama, dentro da “linguagem fotográfica”, de “regra dos terços”.

⁹ Tanto o álbum fotográfico quanto o *book editado digitalmente e impresso*.

imagem precisam ser “recortadas”, excluídas. São, basicamente, imagens de grupos, mesmo quando eles não estão presentes na foto. Isso fica bastante claro em algumas demandas como as imagens feitas em viagens ou em visitas a certos locais: “tira uma foto minha *aqui*, para eu mostrar para Beltrano”.

Nos álbuns “contratados”, feitos por fotógrafos profissionais, as situações mais comuns em que as pessoas aparecem sozinhas são as fotos de crianças brincando, que não precisam estar acompanhadas, em especial aquelas comemorativas das datas de aniversário: a foto dos 3 anos, a foto dos 4 anos, dos 5, e assim por diante. Há também o *Book de 15 anos* para as meninas. Nesse caso, outros códigos devem ser mobilizados, uma vez que as imagens devem lembrar aquelas das manequins que aparecem nas revistas de moda. Tais álbuns, seguindo o modelo dessas revistas, com maquiagem e troca de roupas, deixaram de se restringir aos *Books* das adolescentes e passaram a ser feitas igualmente com casais e mulheres mais velhas, aos quais se aplica a designação “ensaio fotográfico”. Seja qual for o caso, é importante perceber que as mulheres ocupam uma posição central nesse processo de “contratação de fotógrafos”: são elas, quase sempre, que solicitam (ou demandam) as fotos; são elas também as mais fotografadas.

Além da organização social, expressa tanto nas fotos de grupos quanto na sua seleção e na escolha de formas de exibição, há uma outra, temporal, que se expressa. As fotos presentes nos álbuns e nas molduras espalhadas pelas casas marcam – ou “comprovam” – momentos considerados “exemplares” da história dessas famílias. A organização das fotografias deve corresponder, portanto, a esses momentos específicos dentro da cronologia familiar, cada um deles organizado em um álbum próprio: o de nascimento, o de batizado, o da primeira comunhão, do diploma de primeiro grau, da crisma, dos 15 anos (no caso das meninas), o diploma de segundo grau, o diploma de faculdade, o casamento, os aniversários, as bodas etc.

Cabe às mulheres, mais uma vez, a organização desses álbuns. Como são elas que se encarregam de selecionar e organizar as pessoas

que irão aparecer nas fotos, e ao lado de quem, são elas as responsáveis por organizar e gerir a memória e a história familiares presentes nessas imagens na forma de uma “narrativa visual”. Isoladamente, portanto, essas fotografias pouco dizem. Mas quando tomadas em conjunto, compõem uma narrativa familiar das quais as mulheres são, a um só tempo, autoras e narradoras. Além de personagens, é claro, em muitas delas. São registros que, ao comprovar uma “narrativa exitosa”, com momentos felizes, repletos de amigos e de provas materiais de sucesso, comprovam também a sua “boa autoria”. Ou seja, comprovam o êxito de seu desempenho como “mães” e “gestoras” familiares, tanto de suas relações quanto de sua história e de sua memória.

A mesma coisa se expressa nas autobiografias escritas por algumas delas¹⁰, seja em seus títulos (“coletânea de felicidade”, “nossa família: contos, cantos e encantos” etc.), seja na organização de seus capítulos (“nossos pais são lindos”, “aprendemos a amar o Natal em família”, “uma família alegre e festeira”, “minhas irmãs queridas” etc.), seja na organização das fotos que ilustram essas histórias (“roupinhas ricamente trabalhadas”, “nossas moradas e veraneios”, “tradição familiar” etc.), seja nas frases que “exemplificam” o êxito familiar (“todos os aniversários de nossas famílias eram comemorados”, “falo sempre em nossas casas porque em todas elas passamos momentos inesquecíveis” etc.), seja nas descrições dos familiares (“Fulana sempre teve gosto para os estudos sendo pois bem disciplinada”, “exemplo de serenidade”, “especialista na aceitação”, “amante da informação” etc.). Não são apenas momentos e personagens exemplares. A “narrativa”, em si mesma, precisa ser “exemplar” pois é ela que pode atestar a boa qualidade de sua “autoria”.

São autobiografias impressas em pequenas gráficas e com tiragens limitadas, para circular apenas entre os familiares. Assim como as fotos, são também sociografemas das relações e posições sociais, cujos membros das famílias utilizam para conferir como e por quem foram citados. Representa, igualmente, um importante símbolo de

¹⁰ Cujo anonimato será preservado. Não serão citadas, portanto, suas autoras.

distinção social, uma vez que apenas as frações mais abastadas dessas famílias podem contar com o auxílio de revisores, diagramadores, assim como com o custo de impressão, ainda que seja em pequena tiragem. São também essas famílias mais abastadas as que contratam equipes de fotógrafos e de cinegrafistas, sendo a chegada delas nos eventos familiares, por si só, também um importante elemento de distinção social.

Portanto, na seleção e organização desses álbuns, assim como nas autobiografias, pode-se perceber uma “narrativa social” operando: a história *tal qual ela deve ser contada*. Uma narrativa cujos elementos são pré-determinados e que devem ser mais propriamente interpretados como “marcadores de legitimidade”. Por isso mesmo, a ausência de alguns desses marcadores (por exemplo, a filha que não se casou na igreja), ou a presença de elementos e personagens que podem comprometer sua legitimidade (a mãe solteira, o parente com passagem pela polícia, aqueles com alguma deficiência etc.), têm por efeito provocar uma tensão inesperada na “narrativa”.

Apesar desses marcadores de legitimidade serem pré-determinados, essa narrativa não pode ser tomada como se fosse “automática”, como se independesse de seus próprios personagens, como se todas as famílias contassem a mesma história¹¹. Não se trata disso. O que ocorre é que a ausência desses marcadores tem por efeito deslegitimar as narrativas. São, por isso mesmo, elementos estruturantes delas, mas não fundantes. Especificamente nos casos aqui discutidos, o “gênero”, além da religião, pode ser considerado o elemento fundante: são as mulheres, e não os homens, as gestoras das relações sociais, da memória e da história familiar.

Dessa maneira, a intenção – ainda que inconsciente – de registrar os “momentos exemplares” das histórias familiares direciona e organiza a produção desses mesmos registros, sejam eles visuais, sejam escritos. Não apenas o passado e a memória familiar são organizados, mas o próprio tempo (calendário) familiar presente e futuro: há eventos que não

¹¹ Quanto a esse ponto, sou particularmente grato à Antonella Tassinari por suas críticas.

podem deixar de serem realizados, momentos que não podem deixar de serem comemorados e registrados, assim como há aqueles dos quais não podem se ausentar. E cabe basicamente às mulheres garantirem a organização desse calendário, portanto a organização temporal “familiar” num sentido bastante amplo.

O álbum físico e o álbum virtual

Evidentemente, a fotografia digital e, mais do que isso, as redes sociais, modificaram significativamente as formas de registro, seleção e organização das fotografias. As formas de entrada, dessas mesmas famílias, nesse contexto podem nos ajudar a compreender parte dessas mudanças, as quais afetam de maneira desigual as diferentes gerações e têm impacto tanto sobre as formas de composição das narrativas familiares quanto sobre as formas de transmissão de sua história e de sua memória.

A primeira grande mudança a ser observada tem a ver com a possibilidade de organização de “álbuns digitais” e “virtuais”. Eles não eliminaram o “álbum físico”, impresso, mas estabeleceram distinções claras entre as fotografias que aparecem em um ou outro, especialmente entre os álbuns físico e o virtual, ambos feitos com a intenção de serem exibidos. Não apenas os contextos de exibição são muito diferentes, mas também a forma de inserção das fotos. O álbum físico é feito para ser guardado e mostrado para as pessoas mais próximas. Peça importante da narrativa familiar, ele será transmitido às gerações mais novas na forma de história e de patrimônio. O álbum virtual, diferentemente, não precisa ser “herdado”. Seu contexto, a internet, faz com que ele dificilmente seja visto como “patrimônio familiar” a ser transmitido às novas gerações. Apesar disso, nele vemos documentadas as relações e posições sociais consideradas mais relevantes para seus organizadores.

O álbum virtual não eliminou o álbum físico. Ao contrário, possibilitou que ambos coexistissem com base no estabelecimento de

uma hierarquia entre ambos. O álbum físico permanece sendo o mais importante. Nem tudo é impresso, apenas os registros considerados mais significativos, aqueles que contam como história e patrimônio familiar. Por sua vez, os álbuns virtuais, igualmente, seguem a mesma “ordem de importância” que podia – e pode – ser observada nos álbuns físicos: nem tudo será exibido nas redes sociais, apenas aquelas imagens que melhor documentam as relações e posições sociais, assim como aqueles momentos considerados “exemplares” na história familiar: casamentos, formaturas, aniversários, jantares, comemorações entre amigos, viagens etc.

O álbum físico permanece uma narrativa familiar exemplar, portanto memória e patrimônio familiar. O álbum virtual, diferentemente, possibilita uma ampliação dos registros das relações e das posições familiares. Não são apenas suportes diferentes, mas também sociogramas diferentes, que circulam diferentemente e, com isso, têm pesos e significados igualmente diferentes. É como se as páginas finais dos books fotográficos, a exemplo dos books de casamento, nos quais um grande número de fotos de grupos, menos importantes, não ampliadas, fosse gradativamente ganhando um espaço próprio: o álbum virtual das redes sociais.

Há um outro aspecto, de extrema relevância, ligado a esses álbuns virtuais e aos sociogramas que eles representam. Nos álbuns físicos as famílias organizadoras e representadas nos eventos estabelecem a hierarquia das relações por meio da hierarquia entre as fotos e seu lugar nos álbuns. Nos álbuns virtuais, diferentemente, os personagens antes considerados menores passam de “objetos do discurso” a “sujeitos do discurso”, a “narrativa em terceira pessoa” transforma-se em “narrativa em primeira pessoa”: são os próprios convidados que exibem as fotos e marcam sua presença nos eventos das outras famílias. Modificam-se, portanto, as formas de registro das relações e das posições sociais e o peso relativo que esses registros têm.

A segunda grande mudança está diretamente ligada às formas de exibição no contexto das redes sociais, que permitem a utilização

de novos e diferentes recursos, além dos retratos, capazes de conferir força e credibilidade às narrativas. São vídeos (por exemplo, de celebridades homenageando suas mães, de padres ou jornalistas falando da importância da família etc.), cartões (com frases que ressaltam o valor do amor e da maternidade), imagens (algumas vezes de santos, em especial da Nossa Senhora) e frases diversas por meio de seu “compartilhamento”. Dessa maneira, as redes sociais e o compartilhamento de diferentes arquivos digitais permitiram não apenas a inclusão de novos elementos a essas narrativas, mas principalmente a criação de uma nova forma de escrita biográfica, num mundo textual em que a noção essencial passa a ser a de *elo* entre unidades textuais recortadas para a leitura e a escrita (CHARTIER, 2002), mas também de elo entre unidades sociais (indivíduos, famílias, grupos, partidos etc.) recortadas e relacionadas entre si como forma de documentação das relações e posições sociais. Também nesse contexto, portanto, a narrativa é tanto mais legítima quanto mais “exemplar” for sua forma de documentação, de registro e de articulação entre os diversos elementos textuais utilizados.

A terceira e última grande mudança está relacionada às formas de transmissão das memórias e das histórias familiares – materializadas nessas fotografias – para as novas gerações, cada vez mais acostumadas à obsolescência das tecnologias e dos suportes. Diferente das gerações anteriores, que presenciaram a emergência desses novos suportes e das suas formas de circulação, as novas gerações crescem acostumadas ao registro virtual das relações e posições sociais, olhando o registro impresso como se fosse um resíduo do passado. Como serão transmitidos e guardados os álbuns, os porta-retratos e as ampliações emolduradas de retratos e “momentos exemplares” que encontramos nas casas dessas famílias às novas gerações quando as velhas se forem? O que deverá ser preservado? E o que deverá ser descartado? De que maneira isso afetará as narrativas e as memórias familiares? No entanto, quanto a essas questões, creio que teremos que esperar mais alguns anos antes para vê-las respondidas.

Conclusão: o registro e a “prática social”

Uma das autobiografias com as quais tive contato chama a atenção por motivos bastante diferentes dos expostos até o momento. Assina a “Apresentação” do livro a terapeuta da autora, e alguns dos capítulos foram compostos com base em marcadores temporais e expressões diferentes das de outras partes do livro, tais como “o mundo em que nossos antepassados viveram”, “lembranças infantis”, “encontro de gerações”. Diferentemente, portanto, das demais narrativas que se estruturam com base em “momentos exemplares”.

Tem se tornado cada vez mais comum, entre idosos, o trabalho sobre a memória com a escrita como uma forma de conduta terapêutica. Pessoas que nunca escreveram antes, agora escrevem, e basicamente autobiografias. Como se trata de demanda terapêutica, os marcadores temporais utilizados na estruturação da escrita podem ser muito diferentes dos que essas autoras usariam fora desse contexto. Obtém-se uma narrativa, sem dúvida, e uma narrativa autobiográfica, evidentemente. Mas estruturada a partir de elementos e marcadores temporais (infância, a passagem pela escola, pelo segundo grau, pela universidade etc.) que talvez façam muito mais sentido para um terapeuta que para essas pessoas, uma vez que não constituem os “momentos exemplares” estruturantes dessas narrativas.

Tomada a partir desses marcadores, estabelecidos em função de critérios terapêuticos, pouco podemos saber sobre como é orientada a produção de registros biográficos nesse contexto e como ela ganha materialidade e existência: por meio, como vimos, de fotografias organizadas a partir de “momentos exemplares” da vida familiar. E pouco, ou talvez nada, ficamos sabendo a respeito da centralidade das mulheres nesse processo, do papel desempenhado por elas como “gestoras” das memórias e das histórias familiares, uma vez que essa demanda terapêutica é aplicada indistintamente a homens e mulheres, uniformizando a prática de registros biográficos em função de uma exigência profissional.

Com isso, quero finalizar lembrando – e alertando – que registrar, portanto, uma história, uma narrativa, por meio de entrevistas ou da escrita orientada, ainda que com fins terapêuticos, não necessariamente equivale a registrar uma “prática social”. Não apenas os registros biográficos, sejam eles de que forma forem, devem, portanto, serem pensados no interior das práticas sociais que os geraram, como também seus marcadores temporais e de legitimidade, elementos estruturantes da própria narrativa.

EPÍLOGO

SOCIOLOGIA DA CULTURA E CIÊNCIA

CAPÍTULO 15

SOCIOLOGIA DA CULTURA E MARXISMO NO BRASIL¹

Lidiane Soares Rodrigues

Este artigo aborda a relação entre sociologia da cultura e marxismo, de modo prático e reflexivo. De um lado, trata-se de acionar o arcabouço teórico e metodológico da sociologia de Pierre Bourdieu, com o objetivo de examinar *posições e tomadas de posições* dos intelectuais marxistas brasileiros em torno da *maneira legítima de ler* Karl Marx. De outro lado, por meio do exame de um parecer negativo recebido por esta pesquisa, o ângulo reflexivo da abordagem abordará o estranhamento recíproco entre marxistas e sociólogos da cultura. A exposição se dividirá em três momentos. Inicialmente, exporá a gênese do princípio estruturante do espaço em questão: a oposição entre marxistas universitários e militantes de partidos. Em seguida, analisará um “hit-parade” de autores, composto pelas respostas de 988 marxistas à seguinte pergunta: “Por qual autor/intérprete do Brasil você tem mais interesse?” Finalmente, articulará este “hit-parade” e a rejeição emocional dos marxistas à sociologia da cultura proposta por este trabalho.

Marxismo entre campos: política e ciência

A observação da cultura letrada constata que as condições sócio-históricas que dão origem às obras de autores clássicos não são as mesmas que propiciam sua longevidade. Os livros, conceitos, métodos

¹ O presente trabalho resulta do estágio de pós-doutoramento realizado no Departamento de Sociologia da USP e na França, com financiamento da FAPESP, sob supervisão de Sergio Miceli e Afrânio Garcia Jr. (2013/2015). Meus sinceros agradecimentos a eles, à Fapesp e a meu parecerista anônimo nesta agência.

e a teoria de Karl Marx não fogem à regra. Eles resultaram de disputas da esfera política do século XIX europeu. E, variando enormemente no tempo e no espaço, sua paulatina transferência para a esfera cultural e científica, processou-se desde a morte de Marx (HAUPT, 1983; ANDREUCCI, 1989; HOBSBAWM, 1983, 1989). A lógica prática dos agentes do deslocamento da esfera política à cultural (editores, intelectuais públicos, *scholars*, teóricos concorrentes, estudantes) e de seu ofício (traduções, teses, aulas, seminários) tornam inteligível tanto os princípios seletivos, as rotações de sentido e os novos usos desta teoria (GOUARNÉ, 2014, pp. 182-191). Aos poucos ela tornou-se parte do repertório obrigatório das ciências humanas e no de elites cultivadas. Trata-se de um processo de “intelectualização”, ocorrido, igualmente, com a psicanálise e o darwinismo (ELIAS, 1982).

E no entanto, supor que a introdução do marxismo em estabelecimentos científicos e culturais dispense a análise de sua existência em organismos da esfera política seria equivocado. Sendo o espaço do marxismo organizado em torno de dois pólos, o político-partidário e o científico-cultural, é a *relação* entre ambos que interessa investigar (MATONTI, 2005, p. 202-290). O marxismo torna-se inteligível à luz do acirrado enfrentamento entre agentes cujos princípios de leitura, predileções temáticas e disposições cognitivas foram conformados segundo as instituições destes dois pólos (BOURDIEU, 1967; BOURDIEU, SAINT MARTIN, 1975; MATONTI, 2005, pp. 29-59).

A investigação do processo de transferência que dá origem a este princípio estruturante das oposições no espaço das práticas e da produção intelectual dos marxistas exige esquadriñar o perfil de seus agentes, das instituições em que atuaram, das disciplinas científicas que orientaram suas apropriações (teóricas, metodológicas, conceituais), identificar tanto o *conteúdo* das leituras quanto os *modos* de ler, editar e pensar com (e contra) Marx e os marxistas. Considerando que seria preciso desprezar o trabalho especificamente cultural que caracteriza esse processo, seria inocente contentar-se em afirmar que “pela própria ‘riqueza e superioridade da teoria marxista’ ela “acabou se tornando

incontornável”. Desde 2004, minhas pesquisas tratam da introdução do repertório marxista, em regime de uso, leitura e apropriação científicos, no Brasil (RODRIGUES, 2018, 2017b, 2017a, 2016b, 2016a, 2015, 2011, 2010). Sumariamente, indicarei as conclusões a que cheguei, a fim de dar suporte à exposição das relações do atual marxismo universitário brasileiro com uma herança partidária gestada e gerida por ele mesmo.

A prática-capital de um agente coletivo: leitura

No Brasil, a legitimação e a incorporação da obra de Marx como referência teórica, entre acadêmicos, remonta ao projeto de leitura *em grupo* do livro *O capital* e aos usos (desta e de outras leituras; desta e de outras práticas), em teses de doutoramento, de várias disciplinas. O introdutor desta prática, em nível universitário, foi o filósofo José Arthur Giannotti. Com entusiasmo juvenil dos 27 anos, enunciou: “Adotei uma divisa: estudar os alemães modernos à moda francesa [...] o nosso barbudo era alemão (judeu) e ainda vamos lê-lo no original” (GIANNOTTI, 1957).

Naturalmente, o autor é Marx, e “à moda francesa” consiste no método de leitura do filósofo Martial Guérout. Para ele, ler consistia em identificar a estrutura lógica dos argumentos de um texto, buscando a arquitetura interna do sistema filosófico (GUEROULT, 1951; GOLDSCHMIDT, 1963). O desejo de “ler no original” foi atizado pela circulação internacional. Giannotti fascinava-se pelas práticas definidoras do trabalho filosófico na França, sem equivalente entre as praticadas pelos paulistanos àquela altura. As principais eram: ler o autor de sua especialidade na língua original do mesmo (e não em traduções), segundo o método de Guérout; traduzir este autor e outros de sua constelação filosófica (no caso em tela, Hegel, estava em primeiro lugar); comentar este autor e esta constelação filosófica como exercício propedêutico, sem prazo de conclusão, para a “grande tese” de doutoramento (RODRIGUES, 2017). Eis as práticas correntes que

caracterizavam os dois pólos dominantes da Filosofia no espaço global (França e Alemanha) ². Em seu retorno ao país, dentre outras atitudes orientadas à importação de práticas às quais esteve exposto e às quais seu *habitus* e sua posição profissional o tornavam particularmente suscetível, ele reuniu seus amigos para ler *O capital* de Marx. Eis a origem do célebre “Seminário Marx”.

A caracterização dos componentes deste círculo identifica uma correspondência entre ele e o ambiente em que se constituiu – a saber, a Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras da Universidade de São Paulo (FFCL-USP), criada em 1934. Encontra-se: membro de família decadente com capital cultural distintivo (Bento Prado Jr.), outro de família militar (Fernando Henrique Cardoso), e significativamente, de famílias de classes médias emergentes (Fernando Antonio Novais) e imigrantes (José Arthur Giannotti, Octávio Ianni, Paul Singer, Roberto Schwarz). Salvo pelo fato de a FFCL-USP reunir também mulheres, e o “Seminário”, não – ele reconstituía, em microcosmo, seu entorno, cujo feitiço social opunha-se ao das escolas tradicionais, inacessível para esses setores.

Tal como proposta, a leitura d’*O capital* diferenciava-se tanto dos concorrentes disciplinares de Giannotti quanto dos militantes de organizações partidárias. Enquanto os filósofos paulistanos/brasileiros ignoravam a possibilidade de fazer uma leitura filosófica de Marx; os militantes realizavam leituras subordinadas aos deveres de militância. Ademais, o texto de Marx que mais circulava entre eles era *O manifesto comunista* ao lado de coletâneas introdutórias ao “marxismo”. O *modo de ler* dos marxistas do pólo político correspondia ao modo como editavam os textos: predominantemente excertos, traduzidos do francês ou do espanhol, com a finalidade difundir os princípios da doutrina ideológica, recrutar militantes e simpatizantes – em suma, facilitar o acesso ao autor, abrindo o círculo de leituras, para posteriormente fechar o cerco para a fidelidade partidária. Estavam orientados *pela e para* a esfera política e se dirigiam a camadas não cultivadas (CARONE,

² Esta assertiva não pode ser desenvolvida neste artigo, baseia-se, entre outras referências, em: De Swaan, 2001; Heilbron, 2000; Sapiro, 2008, 2014.

1986; MOLLIER, 2016, pp. 343-349; MOLLIER, MIDORI, 2013). A leitura completa, metódica e sistemática d’*O capital* e de clássicos em diálogo com Marx, base da discussão da teoria e dos métodos, interpelados por problemas de pesquisa oriundos das disciplinas científicas em que atuavam os membros deste círculo consistiam em práticas destituídas de sentido para os militantes de partido³. Ademais, a lógica de abertura e de fechamento do círculo, assim como os princípios de leitura, não equivalia à dos militantes. Se os partidários visavam o aumento numérico de seus “companheiros de viagem”, aos acadêmicos, esta contabilidade orientava-se pelas competências de que fossem portadores.

O método de leitura pressupunha o domínio da língua materna do autor lido. Entretanto, o domínio que o mentor do grupo possuía desta língua não era suficiente para a pretensão, tampouco o dos amigos que formaram o pequeno círculo. Além disso, a leitura proposta dependia do conhecimento de clássicos da Economia Política. A princípio, o projeto era, portanto, inexecutável. Mas os dois problemas foram resolvidos do mesmo modo. As configurações assumidas pelo círculo (saída de uns, entrada de outros) explica-se *parcialmente* pela demanda por estas competências instrumentais (linguísticas e disciplinares) para a realização da leitura *tal como proposta* por Giannotti⁴. Os seminaristas, professores assistentes, conferem novos contornos ao círculo, resolvendo suas demandas por meio de novos membros. As reconfigurações introduziram conflitos hierárquicos que atçaram a criatividade no círculo⁵. Explico.

Se os seminaristas não tinham o capital cultural equivalente às suas ambições, possuíam uma fonte de capital social dotado das competências em falta: ex-alunos “brilhantes”. Fernando Novais convidou Paul Singer, seu ex-aluno na Faculdade de Ciências Econômicas e Administrativas

³ Cf. Quadro “A mão invisível do marxismo à brasileira”, adiante.

⁴ A variação dos nomes nos “agradecimentos” de algumas publicações datadas dos anos entre 1958-1964 são indícios seguros do que afirmo (RODRIGUES, 2011, p. 37).

⁵ Em respeito à economia deste artigo suprimo a apresentação do conflito entre a hierarquia disciplinar (temporal e espiritual) e a hierarquia (em gestação) do marxismo universitário (Cf. RODRIGUES, 2016).

(FCEA-USP). Por meio deles, também se uniram ao grupo – Juarez Rubens Brandão Lopes e Sebastião Advíncula da Cunha. Estes três últimos foram convidados tendo em vista as dificuldades de acompanhamento das discussões econômicas (NOVAIS, 2006, p. 96). Singer não foi convidado apenas por cursar pelo domínio da “ciência cinza”. Ele e Roberto Schwarz, ex-aluno de Fernando Henrique Cardoso, nascidos em Viena e criados com alemão doméstico, liam em alemão. Desse modo, a reconfiguração do círculo foi engendrando tensões e construindo capitais distintivos. De um lado, a Filosofia/Giannotti tinha as rédeas (da leitura e do grupo). Porém, o filósofo e os seminaristas (professores assistentes) encontravam-se destituídos de capitais cujos portadores eram membros de uma posição temporalmente dominada (ex-alunos, mais jovens) em relação a eles. A tensão estabelecida pela fissura entre a posição de poder temporal (dos professores) e espiritual (dos alunos, com mais recursos intelectuais) estimulou numerosos conflitos, assim como criações simbólicas dignas de nota⁶.

Os seminaristas se reuniram entre 1958 e 1964, quando o estabelecimento da ditadura civil-militar levou Fernando Henrique Cardoso a sair do país. Entretanto, o encerramento das reuniões não implicou o fim do grupo. Os vínculos entre os amigos foram estreitados; os princípios de apreciação/depreciação do trabalho intelectual foram orquestrados pelo prolongamento da prática coletiva e disciplinada da leitura; as teses de alguns foram defendidas muito tempo depois do encerramento das reuniões. Não raramente, sem que se encontrem, emitem publicamente opiniões similares a respeito de questões intelectuais e políticas⁷.

Um segundo círculo de leitura se formou em torno de dois membros que tiveram participação no que foi caracterizado acima. Em 1963, Roberto Schwarz retornava dos EUA e Ruy Fausto,

⁶ Elas são um dos vetores que catapultam muito precocemente Roberto Schwarz como exemplar do modelo de proeza intelectual cultuado pela configuração. Além disso, se *O capital* não foi o único livro que leram juntos, a sugestão da leitura de *História e consciência de classe*, de Georg Lukács, partiu dos alunos (RODRIGUES, 2011, p. 395).

⁷ Conforme coleta empírica realizada em terreno, durante os anos em que elaborei meu doutorado (2006-1012).

da França. Eles reuniram colegas que iam esporadicamente ao primeiro seminário (Bento Prado Jr., Paul Singer, Francisco Weffort, Michel Löwy e Gabriel Bolaffi), aos quais somaram dois filósofos (João Quartim de Moraes e Marilena Chauí); um arquiteto (Sergio Ferro), uma estudante de medicina (Beth Milan), um economista (Paulo Sandroni), uma historiadora (Emília Viotti), e alguns cientistas sociais (Claudio Vouga, Emir Sader, José Francisco Quirino dos Santos, Lourdes Sola, Célia Quirino, Albertina Costa). A composição social dos membros deste grupo corresponde ao perfil tendencial de recrutamento dos alunos da FFCL-USP, tal como já mencionado: famílias imigrantes (judaica e libanesa), remediados, ascendentes – e, desta vez, mulheres. As reuniões previam a “leitura de cerca de 50 páginas a cada duas semanas, valendo-se da diversidade de formação dos participantes” (SADER, 2005, p. 172). Elas não se encerraram após o golpe militar, mas os propósitos do grupo foram se alterando e alguns se voltaram para a produção da revista *Teoria e Prática*, outros para a luta armada. Esta publicação teve três números e foi interrompida devido à repressão policial em 1968. Esquematicamente: à semelhança do grupo de Giannotti, o círculo opunha-se aos comunistas, são notáveis as diferenças sociológicas (neste último grupo, há mulheres e matrimônios), é outra a modalidade de distanciamento/aproximação da prática política (neste, há militantes políticos), os usos da leitura (daí não resultam teses em que o marxismo analisa o Brasil, mas teses de comentários, inaugurando as “marxologias”, ainda uma novidade àquela altura). Contudo, os dois grupos se constituem com o objetivo inicial de *ler* coletivamente e o resultado da oposição de ambos é a criação de uma fronteira entre os leitores *profissionais* e os não-leitores de Marx, além da rotinização da prática de grupos de leitura (RODRIGUES, 2016, 2015). Sistematizo, a fim de avançar:

- a) A oposição entre “marxismo partidário”/esfera política e “marxismo universitário”/esfera científica e cultural ocorreu numa fase de autonomização das disciplinas acadêmicas em São Paulo.

b) Os membros do (primeiro) “Seminário Marx” tornaram-se dominantes e consagrados. O “capital-leitura”, atributo exclusivo do qual seus concorrentes disciplinares eram destituídos, teve um peso indiscutível no sucesso de suas carreiras científicas (e de alguns, também política).

c) Nas décadas de 1970 e 1980, a rotinização do repertório intelectual em questão e o aumento do número de marxistas nas universidades tiveram pelo menos dois efeitos. Por um lado, eliminaram o distintivo da exclusividade da leitura/domínio de Marx/marxistas no interior das disciplinas científicas. Por outro, engendraram mecanismos internos de diferenciação aos marxistas. Eles passaram a ocupar posições dominadas e de prestígio diminuto no sistema universitário (RODRIGUES, 2018, 2016a), face à reconfiguração das novas elites das ciências sociais (KEINERT, 2011). Concomitantemente, eles segmentaram-se em três grandes linhagens-autores: althusserianos, lukacianos, gramscinianos. A diversificação dos grupos e as posições disponíveis no leque dos destinos possíveis modificaram os usos e os sentidos atribuídos a pertencer ao marxismo, assim como o repertório de leituras obrigatórias a cada um destes segmentos.

A análise da gênese, estrutura e dinâmica de um “marxismo à brasileira”, pressuporia pesquisas sobre a difusão e a segmentação dele, ligando o período coberto acima (anos 1960) ao estado atual deste espaço, com parâmetros analíticos e empíricos equivalentes. Na ausência delas, conto com uma alternativa: a pesquisa “O marxismo nas universidades brasileiras”⁸. Nela, empenho-me em avançar no tempo (pois as duas experiências acima apresentadas se circunscreviam aos

⁸ As respostas foram coletadas por Paula Marcelino e Danilo Torini. A pesquisa recebeu financiamentos parciais do CNPq (Universal, 2014) e da Fapesp (auxílio para evento no exterior, 2016). A responsabilidade pelas conexões de sentido propostas é inteiramente minha. Armando Boito Jr. encorajou-me, após minha defesa de tese a “aplicar questionários” nos marxistas; e, posteriormente, Paula Marcelino convidou-me para trabalhar nisso com ela. Sou grata a ambos por esta oportunidade e a Danilo Torini por tudo que tem me ensinado sobre “quantis e qualis”.

anos 60), alargar a superfície geográfica (pois elas se restringiam ao eixo Rio-São Paulo) e ampliar a escala numérica (pois elas contavam apenas dezenas de indivíduos).

A dinâmica e interdependência de uma oposição estruturante

Apresentam-se abaixo, as respostas de marxistas universitários brasileiros à pergunta (aberta): “Por qual autor/intérprete do Brasil você tem mais interesse?”:⁹

Tabela 1: Preferência de intérpretes do Brasil.

Respostas 10 primeiros lugares respondidos como 1ª escolha entre três possíveis	%	Faixas
1º Florestan Fernandes	21,4	Faixa 1
2º Caio Prado Junior	15,9	Faixa 1
3º José Paulo Netto	6,9	Faixa 2
4º Carlos Nelson Coutinho	5,3	Faixa 2
5º Ricardo Antunes	4,0	Faixa 2
6º Demerval Saviani	2,9	Faixa 3
7º Ruy Mauro Marini	2,7	Faixa 3
8º Francisco de Oliveira	2,5	Faixa 3
9º Celso Furtado	2,4	Faixa 3
10º Leandro Konder	2,0	Faixa 3
Total	66%	-

Fonte: Própria autora.

A faixa 1 integra as preferências dispersivas. A partir da faixa 2, a heterogeneidade dos princípios de apreciação, típica de um sistema universitário policêntrico, como é o brasileiro determinou a dispersão. Isso é evidente na distância porcentual entre o 2º e o 3º lugares e na diversidade das respostas. Qualquer conhecedor do espaço das ciências humanas e da história do comunismo no Brasil percebe que este “hit-

⁹ Os respondentes são professores e alunos (de pós-graduação), atuando em universidades brasileiras, e que se *autodenominam* marxistas. A pergunta encontra-se num questionário de 59 perguntas. Disponível em: <goo.gl/pSdSai>.

parade” é recurso potente para o examinar as relações entre marxismo partidário e marxismo universitário.¹⁰

No topo: a integração do espaço

Os dois nomes no topo do *ranking* não dispensam apresentações. *Objetivamente*, as carreiras sociais dos dois autores comportam-se de modo sistematicamente invertido no que tange ao ponto inicial de partida e à orientação da ação. O primeiro colocado, Florestan Fernandes, é um desenraizado (filho de uma imigrante) e apresenta um trajeto de ascensão socioeconômica, viabilizado por uma conduta orientada pelo investimento profissional no incipiente campo científico, nucleado na Universidade de São Paulo. A militância partidária não é *definidora* das escolhas iniciais que conduzem Florestan Fernandes da fase de indeterminação à de envelhecimento social. Em contrapartida, é precisamente ela que determina a orientação da ação de Caio Prado Jr. durante toda sua vida. Caio Prado Jr. dispõe de recursos sociais e econômicos indisponíveis a Florestan Fernandes e é, por isso, inteiramente livre das restrições que limitam o leque de possíveis das escolhas do sociólogo (cf. “Súmulas biográficas”).

O sentimento da “obrigação de ler”, fato social colhido pela pergunta, é inculcado pela dispensa prévia do conhecimento destes dados biográficos. A identificação com estes (e outros) autores é construída na repetição de informações biográficas difusas, veiculadas seja oralmente, seja por escrito – em obituários, homenagens, entrevistas, arguições, aulas magistrais, celebração de aniversário de vida e de morte, conferências. Tratam-se de práticas que se dispensam do dever de oferecer ao ouvinte indicações precisas (tais como fonte, data, página de citações). São textos produzidos pelos respondentes para consumo próprio. Neles, encontra-se a autorrepresentação coletiva personificada nas biografias intelectuais e

¹⁰ A análise baseia-se em Soulié (1995). O foco incidirá apenas nas carreiras sociais, intelectuais e políticas dos eleitos e dos *sentidos atribuídos a elas pelos eleitores deles*. Já tratei da correlação entre as propriedades socioeconômicas dos destes dois lados (RODRIGUES, 2016b). Aqui não disponho de espaço para expô-la.

Súmulas biográficas: Florestan Fernandes e Caio Prado Jr.

Filho de imigrante portuguesa, sem pai conhecido, Florestan Fernandes padecia de formação escolar interrompida. Ao entrar no círculo restrito da FFCL-USP, o trabalho de construção institucional de uma nova ciência, a Sociologia, significou para Florestan Fernandes, a superação de sua penúria material de origem. Por isso, abriu mão das ambições de participação política em proveito da dedicação à ciência (ARRUDA, 2001). Seu engajamento efetivo na política (trotskismo nos anos 1940; PT nos anos 1980) ocorre na fase de indeterminação no início do percurso e na de afrouxamento dos compromissos profissionais no final dele. Seus temas e o modo de elaboração de suas teses são determinados pela competição com outros acadêmicos, preferencialmente sociólogos. A colaboração com os interlocutores políticos é consequência disso (RODRIGUES, 2010).

Caio Prado Jr. é herdeiro de família tradicional, apresenta um trajeto de relativo descenso socioeconômico e orienta-se intelectualmente pelo campo político nacional, na configuração assumida por ele no estado de São Paulo. Seus investimentos econômicos e simbólicos no campo da cultura – principalmente no ramo da edição – consiste numa resposta ao risco de descenso que atingiu as elites dirigentes paulistas. Ele recebeu uma educação condizente com a dos homens de seu grupo e se preparou desde cedo para o exercício da vida política partidária. Porém, na fase de recomposição das elites dirigentes, isto é entre 1920-1945, os canais geracionais sucessórios entram em crise e seu destino é bloqueado (MICELI, 2001). Como tantos jovens bem educados, engrossa as fileiras do Partido Comunista Brasileiro – a que adere em 1932 aos 25 anos (RODRIGUES, 1981). Nele, mantém-se numa posição de obediência política – jamais o abandona; combinando com uma insubordinação imaginária mas conformada – está sempre em desacordo com as teses do partido, edita seus próprios livros e livros de amigos criticando o partido. Seus temas preferenciais são os do partido e é na oposição a pares políticos que vai elaborando suas teses.

políticas desta dupla em particular. Oraís ou escritos, estes “textos menores” são descompromissados com o rigor da reconstituição factual prévia à atribuição de sentido aos percursos. Em compensação, estão comprometidos com a alquimia simbólica que confere coesão ao grupo.

Alquimia das trocas simbólicas

“... acho que a coisa mais difícil que fiz foi permanecer fiel à minha origem de classe”. Fernandes, 1991a.

“Caio suportou equilibrada e serenamente as duas espécies de sanção (da classe com que rompeu, do Partido que não o reconheceu) (...) dentro de seu estilo objetivo, procedeu a uma análise de situações históricas distintas em termos comparativos e dela ousou tirar conclusões divergentes das que eram defendidas e impostas pelo PCB. (...)” Fernandes, 1989, p. 35-38.

“(em Evolução política do Brasil, 1933) dá suas respostas aos membros da classe social dominante e ao PCB (...) para afirmar-se em toda a plenitude como um intelectual revolucionário livre, pronto avançar na conquista da revolução social e na emancipação dos excluídos, porém dotado de uma faculdade própria de submeter-se à disciplina e às orientações partidárias.” Fernandes, 1991.

“... primeiro historiador que fecundou as ciências sociais com o marxismo (...) tornou-se um mestre sem ter sido um professor de carreira”. Fernandes, 1999, p. 11.

“Por nós, ele teria ficado como professor (...) Sérgio (Buarque de Holanda) se aposentara contra a nossa vontade (...) (e) só Caio poderia sucedê-lo e substituí-lo, à altura dos padrões mais exigentes da investigação histórica. Infelizmente, a partir de dentro e de fora da Faculdade o projeto encontrou resistências intransponíveis e mesquinhas. O sonho abortou...”. Fernandes, 1989, p. 28-29.

Acima: os trechos são propositalmente extraídos da fonte mais autorizada das representações a que aludimos (o 1º nome do *ranking*), mas encontram-se em praticamente todas as coletâneas e eventos dedicados a estes autores, por marxistas.

Ao insistirem, diligentemente no *desinteresse* de ambos por bens materiais e pela consagração mundana (no partido e na universidade), refratam as propriedades dos respondentes nos respondidos. Transformam um acadêmico em político (Florestan Fernandes) e um comunista disciplinado num intelectual livre (Caio Prado Jr.). O sucesso da repetição dessas representações não se deve à correção delas, insustentáveis face às evidências factuais, mas à permeabilidade do espaço social dos respondentes a transformarem-nas em crenças (BOURDIEU, 1996, pp. 81-107). Do contrário, o *ranking* seria outro. Os princípios de classificação e de apreciação condensados nos nomes eleitos encontram inteligibilidade na experiência material e simbólica dos seus eleitores.

Os respondentes-eleitores são agentes de um espaço (o marxismo) situado em posição duplamente dominada, em relação ao pólo dominante do sistema universitário (e disciplinar) e do sistema político-partidário (cf. “Preferência e filiação partidárias”, abaixo). As representações encontradas naqueles “textos menores” denegam diligentemente a objetividade da carreira social e selecionam elementos das carreiras intelectual e política dos autores-eleitos. Elas transformam um acadêmico em político (Florestan Fernandes) e um comunista disciplinado num intelectual livre (Caio Prado Jr.) por meio da produção da crença: a) na fidelidade do primeiro a seu grupo de origem (em decalagem com a evidência objetiva de ter se desprendido dela, embora não tenha sido integrado aos grupos dirigentes); b) na ruptura do segundo com grupo de origem (em decalagem com a evidência objetiva de ter dependido inteiramente de seus recursos econômicos e sociais, embora não tenha se mantido integrado a ela); c) no desinteresse de ambos pelos interesses materiais e pela consagração mundana. O princípio gerador da resposta exprime demandas simbólicas do meio satisfeitas pela sociodiceia de grupo individualizada nestes autores: ambos personalizam a *metamorfose da necessidade em virtude*. A posição problemática dos respondidos, no sistema partidário e no sistema universitário, é fiadora do máximo de pureza do *desinteresse* para os respondentes e a alquimia da transformação simbólica

da necessidade material em virtude moral é alicerce da crença nele (BOURDIEU, 1996, p. 246) (cf. “Alquimia das trocas simbólicas”).

Qual a relação objetiva dos marxistas com a vida partidária? Preferência e filiação partidárias dos respondentes:¹¹

Tabela 2: Partido (preferência).

Preferência	%
Nenhuma	30,2
PSOL	20,9
PT	15,2
PCB	13,7
PSTU	8,2
PC do B	4,7
Total	92,9

Tabela 3: Partido (filiação).

Filiação	%
Nenhuma	72,1
PT	6,8
PSOL	6,4
PCB	4,5
PC do B	3,5
PSTU	3,3
Total	96,6

Fonte: Própria autora.

Faixa 2: dispersão e integração em torno da oposição estrutural (partido e universidade)

Na faixa 2, as preferências por autores/intérpretes, de alunos e professores marxistas, elegeram os seguintes nomes: José Paulo Netto; Carlos Nelson Coutinho e Ricardo Antunes – escalonando-os, respectivamente, em 3º, 4º e 5º lugares.

¹¹ Siglas: PSOL, Partido Socialismo e Liberdade; PT, Partido dos Trabalhadores; PCB, Partido Comunista Brasileiro; PSTU, Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado; PC do B, Partido Comunista do Brasil.

Os autores eleitos na faixa 2 estiveram próximos do Partido Comunista Brasileiro (PCB) e padeceram reveses políticos por isso: seja enquanto quadro militante e sofrendo a perseguição política e policial que os conduziu ao exílio (José Paulo Netto e Carlos Nelson Coutinho); seja na sociabilidade das de atividades culturais nos anos 1970, quando o partido estava na ilegalidade e destruído pela ditadura militar (por exemplo: Carlos Nelson Coutinho e Ricardo Antunes, na *Revista Temas de Ciências Humanas*). Enquanto este último, 5º lugar, apresenta a carreira acadêmica predominando sobre a política; os dois anteriores, no 3º e 4º lugares, apresentam a carreira política predominando sobre a científica (cf. Quadro “Práticas capitais de marxistas capitais”, a seguir). Da fase caracterizada acima como “intelectualização do marxismo” ao estado atual, as relações entre universidade e partido tornaram-se mais complexas. Se o “Seminário Marx”, animado por Giannotti, estabeleceu uma fronteira com o marxismo partidário e uma hierarquia em favor do universitário; ela não é mais regida pela presença ou ausência nas universidades e nos partidos. Os agentes estão embaralhados nestas instituições. Entretanto, isso não se apresenta de modo caótico e desordenado; tampouco a presença destacada do nome de autores com origens comunistas indica a introdução do marxismo partidário nas universidades, em sentido absoluto. O princípio seletivo da herança comunista é condicionado pelas posições ocupadas por alunos e professores no espaço universitário¹² (Cf. Quadro: Carreiras institucionais (faixa 2)).

Em primeiro lugar, quando se pondera a produção intelectual dos três, observa-se um desequilíbrio entre atividades pedagógicas e atividades de pesquisa¹³. O 5º lugar, além de mais jovem e mais academicamente profissionalizado que o 3º e 4º, é aquele que mais pesquisas realizou; em oposição aos dois mais bem colocados, cuja produção caracteriza-se por traduções, elaboração de paratextos edi-

¹² Elimino desta exposição os efeitos disciplinares pois requereriam mais espaço.

¹³ Johan Heilbron propõe esta diferenciação ao tratar de outro grupo (HEILBRON, 1991); ela também foi caracterizada por Pierre Bourdieu (1984).

toriais, comentários pedagógicos da teoria e da doutrina de autores marxistas – além de apresentarem traços de autodidatismo. É na qualidade de *professores*, mediadores da tradição intelectual marxista que ganham destaque.

A relevância das práticas de redação de paratextos “subsidiários”¹⁴ aos estudos de autores explica-se apenas parcialmente pelo nível relativamente baixo do capital cultural e linguístico da população respondente (RODRIGUES, 2017a). Também não se devem inteiramente a “um público cultivado exigente” – como se viu acima, uma leitura exigente pode justamente querer eliminar os intermediários do acesso ao texto. As práticas em questão correspondem às tarefas da posição dominada ocupada pelos países periféricos no espaço global das trocas científicas e culturais (HEILBRON; GUILHOT; JEANPIERRE, 2008; SAPIRO, 2013, 2009, 2016; HEILBRON, 2002; GINGRAS, 2002). É corriqueira a discussão a respeito das adaptações teóricas, metodológicas, temáticas que aclimataram o marxismo na América Latina e no Brasil. Entretanto, não se extraiu daí dimensões elementares no nível das práticas pressupostas para tanto. Elas implicam trabalho específico a ser cumprido e conformam um conjunto próprio de “modalidades de proeza intelectual” que organizam, estruturam e hierarquizam os marxistas. É por este motivo que o “marxismo à brasileira” dispõe de numerosos marxólogos (e suas variantes, explicadores de Gramsci, Althusser, Lukács, etc.), especialistas em tradução (linguística) e em traduções culturais (paratextos, comentários, etc.). O destaque dos autores-professores que ocupam o segundo escalão do *ranking* deve-se também a estas “práticas-capitais” que exercem com notável intensidade e compromisso.

Em segundo lugar, se todos os autores da faixa 2 apresentam consagração por sua trajetória comunista/política, nem todos os

¹⁴ É assim que a editora Boitempo, especializada em marxismo, apresenta-os. De uma perspectiva analítica, no intercâmbio com estudos editoriais e sociologia da cultura, os textos subsidiários são também instrumentos de enquadramento das leituras, indutores de princípios de classificação e hierarquização, e, portanto, de controle, de intervenção interessada no espaço (GENETTE, 2009).

autores consagrados exclusivamente por ela comparecem no elenco dos eleitos. Quando eu apresentei o resultado deste *ranking* a uma plateia de respondentes da pesquisa¹⁵, eles se indignaram com a ausência, entre os mais respondidos, dos nomes de Jacob Gorender, Nelson Werneck Sodré e Octávio Brandão: intelectuais de partido que não passaram por conversões ao trabalho em universidades no final dos anos 1970 – precisamente o que caracteriza as trajetórias do 3o e 4o colocados. Por isso, no que tange aos eleitos da faixa 2, é possível afirmar que eles sejam simultaneamente agentes da eliminação de uma fração da herança comunista e da gestão da longevidade de outro filão dela. Dito de outro modo, incorporaram parcialmente os princípios acadêmicos de apreciação do trabalho intelectual. Por isso, são agentes ativos que imprimem o princípio seletivo do sistema de pensamento correspondente às instituições de ensino, com a qual encerram uma relação agonística de dependência e denegação. Já no que tange ao sistema de preferências de seus e-leitores, o perfil político mais engajado, partidário, politizado e o perfil intelectual autodidata (Carlos Nelson Coutinho e José Paulo Netto) são situados acima do perfil menos militante politicamente e mais profissional do ponto de vista disciplinar (o sociólogo Ricardo Antunes). Se os minuciosos detalhes destes atributos são objetivados neste trabalho (cf. Quadro “Práticas capitais de marxistas capitais”, adiante), eles alcançam os e-leitores de modo eufemizado e, por vezes, invertido. Novamente, os textos de gerenciamento da identidade dos autores condensam as propriedades eficientes. Tanto a proximidade junto ao PCB (dos três) quanto estas posições indicam que seus eleitores valorizam atributos irredutíveis aos critérios do campo científico e tendem a valorizá-los

¹⁵ Em duas ocasiões, o *ranking* foi apresentado para ouvintes marxistas (que haviam respondido ao questionário): no VIII Colóquio Marx Engels promovido pelo CEMARX (Centro de Estudos Marxistas da Unicamp); e no 39o Encontro Anual da ANPOCS (Associação Nacional de Pós-Graduação em Ciências Sociais), no GT (Grupo de Trabalho) Marxismo e Ciências Humanas. Ambos ocorrem no ano de 2015. Eu gostaria de agradecer às reações a este *ranking*, sem as quais eu não poderia ter percebido nuances delicadíssimas desta experiência social. Esforcei-me ao máximo para incorporá-las ao trabalho, respeitando sua dinâmica particular. Espero que os que discordarem empenhem-se em contrapor, e que trabalhem com este mesmo nível de seriedade e compromisso.

por esta irredutibilidade. Dito de outro modo, os respondentes atuam e trabalham no interior de instituições científicas, mas as normas científicas não orientam inteiramente as modalidades mais apreciadas de proeza intelectual -quadro que diverge da gênese da “intelectualização”, apresentada nas primeiras seções. A denegação da vida acadêmica e a insatisfação com as recompensas políticas, tal qual no topo do *ranking*, também pontilham as autorrepresentações e a sociodiceia do grupo, neles individualizadas (cf. Sistemas de militância e ensino, sistemas de pensamento).

Sistemas de aprendizagem, sistemas de pensamento

“Eu estou na academia, não sou da academia.” (NETTO, s/d)

“Nunca consegui distinguir entre ser comunista e ser intelectual. (...) Li muito, e minha formação intelectual foi essencialmente a de autodidata; não tive nenhum mestre, quer dizer, nenhuma pessoa mais velha que me tenha orientado nas minhas leituras. Li meio caoticamente”. (COUTINHO, 2000, p. 376).

“Eu comecei a militar em 76-78, mas sempre tomando a vida, a minha atividade acadêmica como prioritária”; “Militante não é necessariamente grosseiro e acadêmico sofisticado. É possível tentar uma fusão”. (ANTUNES, 2006, p. 442-447).

Quadro 1: Carreiras institucionais (Faixa 2).

Nome/Nascimento	Política – Militância	Ensino e pesquisa universitária – Docência (principais)
José Paulo Netto Minas Gerais (1947)	PCB (1963-1992) Exílio (Peru Bolívia, Itália, Portugal, 1975-1976) PCB (1979-1992)	Professor da Universidade Federal de Juiz de Fora /UFJF (1972-1976) Professor da Universidade Técnica de Lisboa/UTL (1977-1979) Professor Titular da Universidade Federal do Rio de Janeiro/UFRJ (1988)
Carlos Nelson Coutinho Itabuna, Bahia 28/06/1943 – Rio de Janeiro 20/09/2012	PCB (1961-1982) Exílio (Itália, Portugal e França – 1975-1978) PT (1989-2003) PSOL (2004-2012)	Professor da Faculdades Integradas Bennet (1982) Professor Titular da Faculdade de Serviço Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro/UFRJ (1986)
Ricardo Antunes São Paulo (1953)	Revista <i>Temas de Ciências Humanas</i> (grupo PCB, 1977-1980) Revista <i>Ensaio / Nova Ensaio</i> (1980-1982)	Professor da Universidade Estadual Paulista /Unesp (campus Araraquara) Professor da Universidade Estadual de Campinas/Unicamp (1986)

(Fonte: Própria autora).

Quadro 2: Práticas capitais de marxistas capitais.

Faixa 2 do Ranking	Tradução	Comentários /Paratextos de autores marxistas estrangeiros / parcerias editoriais	Direção de coleção em editoras, comitês de revistas, blogs, etc.	Área acadêmica predominante das publicações
José Paulo Netto	Revisão da tradução de Marx na Coleção Grandes Cientistas Sociais	Coleção Grandes Cientistas Sociais – Engels; Lukács; Stalin (ed. Ática)	1982-1987. Editorialista do Voz da Unidade Editora Boitempo	Serviço Social e capitalismo dependente
Carlos Nelson Coutinho	Gramsci Edição brasileira dos Cadernos do Cárcere Autodidata em italiano	Coleção Grandes Cientistas Sociais – Lukács (ed. Ática) Gramsci (eds. Civilização Brasileira e Boitempo)	2004-2011. Direção da Editora UFRJ Editora Boitempo	Literatura brasileira e teóricos marxistas da literatura
Ricardo Antunes	-	Lukács (ed. Boitempo)	Editora Unicamp Editora Ensaio Editora Boitempo	Sociologia do Trabalho

(Fonte: Própria autora)

Ser de um parecer: o marxismo e seus feitiços

Trata-se de uma crônica sociológica sobre as amizades, pequenos interesses e conflitos que levaram à formação do grupo de leituras de *O capital*. [...] As referências às obras e aos projetos de pesquisa são sempre muito superficiais, contribuindo pouco para a compreensão das razões que levaram à formação do grupo de estudos. A ênfase explicativa recai quase sempre nos pequenos conflitos e complicitades interpessoais entre os participantes. [...] Em outras palavras, nada sabemos das motivações substantivas subjacentes a esta escolha – políticas, ideológicas, etc. –, pois, aparentemente, estas não contam vis-à-vis às motivações impulsionadas pela competição interpessoal. [...]. Dito de outra maneira: por que o marxismo foi A TEORIA escolhida para, a um só tempo, garantir certa vantagem epistemológica em relação ao funcionalismo, etc., e interpretar a sociedade brasileira naquele contexto histórico específico? Qual a vantagem heurística do marxismo em relação ao funcionalismo? [...]. Por conta disso, não vejo razões para a publicação do artigo.

ANONIMO, 2015 – as letras em caixa alta são do parecerista

[...] reduzindo aí, como é risco caro à apropriação brasileira tipicamente feita da sociologia Pierre-bourdiana da cultura, o 'social' a laços de compadrio e afeição, e explicando aquele por estes e deixando, como sói ocorrer, ideias, conteúdo e substância em sombra [...] tende a reproduzir [...] laços políticos/sociais/compadrio/afetividade/intimidade/laços políticos [...] A limitação [...] é [...] de adequação do registro de análise e de natureza do dado analisado [trechos duma introdução de tese, no caso]. Se não é o caso de retomar análises de corte institucional e do engajamento com a política como as de Pécaut (que poderiam render um bom caldo nesse tipo de objeto), esses trechos poderiam ser enquadrados naquilo que o G. M. Brandão chamou de linhagens do pensamento brasileiro – porquanto a reflexão daquele FH de outrora se enraíza duplamente: num espaço de pensamento em luta por sua autonomia e num solo coletivo de esquerdas em permanente busca de identidade; daí, desse interstício, as heranças e cobranças e dívidas teóricas e ideológicas, não só do discípulo, mas de toda a prole...Como hipótese, e em meio a essas heranças, está o trabalho duma M.S. de Carvalho Franco, cujo reconhecimento pretérito e atual não cessa por parte dos marxistas, marxistas do grupo de leitura inclusive, e porque marxista e antimarxista. Enfim, tudo isso para dizer que a sociologia brasileira dos intelectuais é rica demais para resumir a entrada do marxismo na sociologia ou a relação entre ambos a essa versão [...].

ANONIMO, 2015

Como o leitor percebe, tratam-se de pareceres enclacrados na dinâmica do espaço que o artigo fazia de objeto. A lógica do espaço do

marxismo explica os motivos de deboche da proposta desta pesquisa, expressos nos excertos acima. De um lado, o rechaço corresponde a certo *ethos* e práticas que sustentam inefavelmente os marxistas num mundo indeterminado e acima de dimensões como “laços políticos/sociais/compadrio/afetividade/intimidade/laços políticos”. A relação imaginária com a vida real partidária, compensada na projeção dos heróis derrotados nestas esferas, como se viu no *ranking*, é apenas uma dimensão disso (Cf. Qual a relação objetiva dos marxistas com a vida partidária?). O argumento-chacota considera a dimensão sociológica comezinha: se ela faz parte de um argumento, só pode ser em detrimento da “TEORIA” (em garrafais professorais e sacralizantes). A denegação da vida material e o engrandecimento moral são necessidades de um meio que se situa em posições duplamente dominadas (na esfera política e na esfera científica) e que encontra nesta dupla denegação as compensações de que necessita. A crença na superioridade teórica (A TEORIA) eufemiza a condição objetiva do “nós” (marxistas, leitores), no mesmo passo em que inferioriza o “eles” (sociologia pierre-bourdiesiana, não leitores). Por isso, a “vantagem heurística do marxismo em relação ao funcionalismo” não poderia ser resultado de uma construção social da de concorrência/colaboração universitária. As oposições dos pareceristas – de um lado, “motivações substantivas”; “substância”; “TEORIA” (dos marxistas), de outro, “pequenos interesses”; “referências superficiais”; “crônica” (isto é, a sociologia) cristalinamente “exprimem estruturas de que elas são o produto”, encerrando portanto, “um pouco de verdade social”, dessas que se colhe “nas tipologias triviais” (BOURDIEU, 2015, p. 472).

Observe-se: por tudo que foi exposto, a determinação destas categorias primitivas de classificação é transparente. Elas são comandadas pelo princípio de segmentação e interdependência tratado acima¹⁶. A evocação das “linhagens do pensamento político”

¹⁶ Para evitar malentendidos: a pretensão desta sessão não é corrigir os equívocos conceituais dos pareceristas. Trata-se de sugerir como o engajamento no espaço bloqueia cognitivamente o entendimento de perspectivas não compromissadas com a reprodução deste mesmo espaço. Assim, não importa a identidade dos pareceristas e, tampouco, se eles são ou não marxistas: em um caso ou em outro, é a naturalização do marxismo no espaço profissional dos intelectuais brasileiros que se torna evidente.

(BRANDÃO, 2010), elaboradas por Gildo Marçal Brandão (1949-2010) evidenciam a dissonância cognitiva entre o parecer e a artigo que ele avaliava. As “linhagens” correspondem a um *exercício de classificação de autores brasileiros que se tornam clássicos ao serem classificados* (BOSCHETTI, 2014; SAPIRO, SANTORO, 2017). Elas próprias consistem numa resposta intelectual à segmentação principal do espaço (partido x universidade) – entre outros fatores, pois seu mentor é portador de uma trajetória exemplar deste mesmo espaço. (Cf. Obituário – a seguir).

**Obituário de Gildo Marçal Brandão,
Folha de S. Paulo, 17/02/2010**

“Professor de ciência política da USP, ex-jornalista e ex-militante comunista (...) Natural de Alagoas, Brandão graduou-se em filosofia pela Universidade Federal de Pernambuco. No final dos anos 70, veio para São Paulo, onde lecionou na Unesp e, em seguida, na Escola de Sociologia e Política, na PUC e finalmente na USP. Também era dirigente da Anpocs (Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais). A militância no Partido Comunista Brasileiro (PCB), que vinha desde Pernambuco, acabou empurrando-o da filosofia para a ciência política. (...) No plano intelectual, foi bastante influenciado pelas ideias do italiano Antonio Gramsci (1891-1937), as quais, ao lado de intelectuais como Carlos Nelson Coutinho, Leandro Konder e Luiz Werneck Vianna, reelaborou para desenvolver um conceito de esquerda democrática que se adequasse ao Brasil.”

Embora não seja exclusiva do Brasil¹⁷, a rejeição do marxismo à sociologia da cultura consiste em assunto à espera de uma investigação, que lançaria luz sobre nossas ciências sociais atuais. E vale afirmar o mesmo em sentido inverso. A rejeição da sociologia

¹⁷ Esta pesquisa foi apresentada a colegas franceses que se surpreenderam com a raridade da abordagem. Contudo, pesquisas equivalentes têm sido realizadas, se não para o marxismo, para o estruturalismo francês (BERT, LAMY, 2016).

da cultura ao marxismo poderia ser situada nas polêmicas estabelecidas pelos trabalhos na gênese de sua agenda atual¹⁸. Não raro, observa-se a esta oposição no próprio léxico dos estudos. Nos congressos, os pesquisadores de sociologia da cultura sempre se mobilizam contra marxistas, “criticados” e “citados”, de modo que raramente a problemática de suas investigações sejam desenhadas de modo desvinculado desta tradição – e, incorporam-na, por isso, de modo irrefletido¹⁹. Se este artigo tiver chamado a atenção para este ponto, terá realizado algo a seu alcance, pela tão conclamada “reflexividade”.

“A mão invisível do marxismo à brasileira”

“O que mais chama atenção no ensaio de Schwarz é sua apologia do corpus universitário como instância superior capaz de fornecer os fundamentos científicos de uma teoria revolucionária, ou pelo menos de lhes dar chancela. Nada menos marxista (...) Marx entendia que já o importante não era interpretar o mundo, mas transformá-lo. (...) Só com o chamado marxismo ocidental, e em particular com a escola de Frankfurt, é que as elucubrações universitárias passaram a ter importância (...) Difícil é imaginar o que terão assimilado da teoria do capital aqueles aspirantes a exegetas de Marx (...) O seminário pretendeu como que isolar a elaboração teórica

¹⁸ Preparo pequeno estudo a respeito das citações e princípios de apreciação/depreciação que circulavam contra os estudos marxistas sobre cultura nos anos 1960. Como, em geral, eles caminhavam entre o normativo aristocrático de verve frankfurtiana, que arrepiava os sociólogos da cultura, em luta por análises sem pretensões legislativas sobre de o mundo simbólico – melhor exemplo disso consiste em Miceli (2005). Não por acaso, ele suscitou a resposta, de Maria Arminda do Nascimento Arruda e Gisela Goldenstein (1975) cujos argumentos nutrem-se da verve frankfurtiana.

¹⁹ No I Encontro Nacional de Pesquisadores em Arte e Cultura, que deu origem à presente coletânea, e que acompanhei como ouvinte e participante da última mesa, contabilizei, nos dois primeiros dias as seguintes incidências de citações autorais: Adorno (seis vezes); Marx (cinco vezes); Benjamin (três vezes); Hegel (duas vezes) – além de referências a uma semântica que inequivocamente se vincula ao marxismo, mesmo quando, e talvez sobretudo quando pretende se desvincilhar dele: mercadoria, valor de uso, valor de troca, indústria cultural, Lukács, Kracauer, alienação, Marcuse, Sartre, tomada de consciência, Mario Pedrosa, semiótica marxista, marxismo sociológico estruturalista.

numa campânula à prova de micróbios praticistas... (segundo Schwarz) os pobres militantes, açoitados pela polícia, não possuíam o necessário nível intelectual, e então cabia aos cenáculos culturais universitários substituí-los na tarefa de produzir teoria em estado puro. (...) o tal seminário trouxe um acréscimo bem modesto ao acervo do pensamento brasileiro. (...) Entre as 'deduções amalucadas' que esse seminário de curiosos e diletantes poderia suscitar, imagino que Oswald de Andrade veria nele o grande momento da volta dos chato boys. E Mário de Andrade repetiria aquele juízo de quando voltou a São Paulo, depois de viver três anos no Rio, sobre a dificuldade de se reacostumar a certo tipo de 'gorda e monótona bestice paulistana.'" Moacir Werneck de Castro (1915-2010), jornalista, de ascendência Lacerda Werneck, filiado ao Partido Comunista Brasileiro entre 1947-1956. (WERNECK DE CASTRO, 1996).

"(o marxismo) havia existido como artigo de fé do Partido Comunista e áreas assemelhadas, ou, ainda, como referência filosófica de espíritos esclarecidos, impressionados com a resistência soviética ao nazismo e opostos aos privilégios da oligarquia brasileira. (...) o marxismo era uma presença doutrinária à antiga, apoiada no cotidiano e bebida em manuais, sem prejuízo da intenção progressista e das constelações modernas a que se referia. Além da bitola stalinista, contudo, a própria opção revolucionária e popular, bem como a perseguição policial correspondente fontes naturais de autoridade, tinham contribuído para confiná-lo num universo intelectual precário, afastado da normalidade dos estudos e desprovido de relações aprofundadas com a cultura do país. (...) Como é sabido, a vida intelectual carioca evoluía em torno de redações de jornal, editoras, partidos políticos, ministérios, ou seja, organismos com repercussão nacional e saída fluente para o debate público (sem falar em praias, boemia e mundanidades); bem o contrário da nossa escola da rua Maria Antonia, ambiciosa e caipira, sofrendo da falta de eco nacional e tendo como bandeira o padrão científico, por oposição à ideologia. Além disso, é possível que a aposta marxista "pura", voltada para a dinâmica autônoma da luta de classes, tivesse mais verossimilhança no quadro do capitalismo

Paulista. Ao passo que no Rio, com as brechas e verbas oferecidas à esquerda pela promiscuidade do nacional-populismo, não havia como dizer não ao Estado, cuja ambiguidade no conflito em parte era efetiva. No essencial, entretanto, a facilidade com que em 64 a direita iria desbaratar a esquerda, em aparência tão aguerrida, demonstrou o infundado das alianças desta, acabando por dar razão aos paulistas.” Roberto Schwarz (1938), crítico literário e ensaísta, oriundo de família vienense e judia emigrada, um dos seminaristas. (SCHWARZ, 1999)

REFERÊNCIAS

Introdução

ALEXANDER, J.; SMITH, P. The strong program in cultural theory: Elements of a structural hermeneutics. In: *Handbook of Sociological Theory*. Springer, Boston, MA, 2001. p. 135-150.

BENJAMIN, W. et al. O narrador In: *Os Pensadores*. BENJAMIN, W. et al. São Paulo: Editora Abril, 1975.

COSTA, S. *Dois Atlânticos*: teoria social, antirracismo, cosmopolitismo. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

EISENSTADT, N. The order-maintaining and order-transforming dimensions of culture. In: MÜNCH R. and SMELSER N. J. (orgs.). *Theory of Culture*. Berkley, Los Angeles, Oxford: University of Califórnia Press, 64-87, 1992.

FARIAS, E. Sociologia e a esfera cultural contemporânea. *Ciências Sociais Unisinos*, São Leopoldo, v. 53, n. 1, p. 3-14, jan/abr 2017.

FARIAS, E. O Protocolo de Pesquisa da Circulação na Sociologia da Cultura, no Brasil. *Sociedade e Estado*, 2016, v. 31, n. 3, p. 583-614.

FARIAS, E. Multimodalidade da memória e a sociologia dos a priori sociais. *Arquivos do CMD*, v. 4, n.1, 2016, p. 112-155.

FERNANDES, D. C. Sociologia da cultura no Brasil: uma interpretação In: MICELLI S.; MARTINS C, B.: *Sociologia Brasileira Hoje*. Cotia (SP): Ateliê Editorial, 2017.

GAGNEBIN, J. M. *História e narração em Walter Benjamin*. São Paulo: Perspectiva, 1994.

GEERTZ, C. *O saber local*. Petrópolis (RJ): Vozes, 2001.

WALLERSTEIN, I. From sociology to historical social science: prospects and obstacles. *The British Journal of Sociology*, v. 51 n. 01 january/march, 2000.

WALLERSTEIN, I. *O fim do mundo como o concebemos*. Ciência Social para o Século XXI. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

WEBER, M. Rejeições religiosas do mundo e suas direções In: GERTH H.; MILLS C. W. (orgs.): *Max Weber, ensaios de Sociologia*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1974.

Capítulo 1

BUENO, A. O. *As economias da vida: dinheiro e arte como formas de vida nos escritos de Georg Simmel*. Tese de doutorado, USP, 2014.

BUSKIRK, M. *The contingent object of contemporary art*. Massachusetts: MIT Press, 2005.

CLARK, L. *A descoberta da linha orgânica*. 1956. Disponível em: http://issuu.com/lygiac Clark/docs/1954-descoberta-da-linha-organica_p/3?e=0.

ERBER, P. *Breaching the frame*. The rise of contemporary art in Brazil and Japan. California: University of California Press, 2015.

HEINICH, N. Práticas da arte contemporânea: uma abordagem pragmática a um novo paradigma artístico. *Sociologia & Antropologia*, v. 04, n. 02, 2014, p. 374-390.

HEINICH, N.; SHAPIRO, R. (orgs.). *De l'artification. Enquêtes sur le passage à l'art*. Paris: EHESS, 2012.

MOULIN, R. *O mercado de arte: mundialização e novas tecnologias*. Porto Alegre: Ed. Zouk, 2007.

O'DOHERTY, B. *Dentro del cubo blanco: la ideología del espacio expositivo*. Murcia: Centro de Documentación y Estudios Avanzados de Arte Contemporáneo (Cenoeac), 2011.

PUCU, I. *Arte como trabalho (e vice-versa)*. Tese de doutorado. UFRJ, EBA, 2017.

ROLNIK, S. Molda-se uma alma contemporânea: o vazio-pleno de Lygia Clark. In: CLARK, L; GOERITZ, G; OITICICA, H; SCHENDEL, M. *The Experimental Exercise of Freedom*. The Museum of Contemporary Art: Los Angeles, 1999, p 2-37.

SHAPIRO, R. O que é atificação. *Sociedade e Estado*, Brasília, v. 22, n. 1, 2007, p. 135-151.

SIMMEL, G. A Moldura: um ensaio estético. In: SIMMEL, G. *Arte e vida social*. Ensaios de estética sociológica. BOAS, G.V.; OELZE, B. (orgs.). São Paulo: Hucitec Editora, 2016. pp 167-173.

SIMMEL, G. Sobre exposições de arte: um ensaio estético. In: SIMMEL, G. *Arte e vida social*. Ensaios de estética sociológica. BOAS, G. V.; OELZE, B. (orgs.). São Paulo: Hucitec Editora, 2016. pp 159-166.

SIMMEL, G. The Style of Life. In: SIMMEL, G. *The Philosophy of Money*. London, New York: Routledge, 1990. pp. 433-450

WAIZBORT, L. *As aventuras de Georg Simmel*. São Paulo: USP/34 Letras, 2000.

ZOLBERG, V.; CHERBO, J. *Outsider Art. Contesting boundaries in contemporary culture*. Cambridge University Press: New York, 1997.

Capítulo 2

ANDERSON, B. *Nação e consciência nacional*. São Paulo: Ática, 1989.

ANDRADE, M. de. *Ensaio sobre a música brasileira*. São Paulo: Martins; Brasília: INL, 1972 [1928].

BRANDÃO, L. L.; GUIMARÃES, S. C. S. Desconstruindo o naif: a pintura de Alcides Pereira dos Santos. *Revista Contrapontos*, v. 12, n. 3, p. 308-316, 2012.

BOURDIEU, P. *La distinción: Criterios y bases sociales del gusto*. Madri: Taurus, 1988.

BOURDIEU, P.; DARBEL, A. *O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público*. São Paulo: Edusp/Zouk, 2003.

BURKE, P. *Cultura popular na Idade Moderna: Europa, 1500-1800*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

CARVALHO, A. P. de (Tião). *Entrevista concedida a Luna Vargas para a pesquisa Sociabilidade Juvenil e práticas culturais tradicionais na cidade de São Paulo*. São Paulo, 09/12/2007.

CERQUEIRA, V. C. de. *Ciências Sociais na gestão Mário de Andrade*. Contribuições de Samuel Lowrie e Dina Lévi-Strauss. São Paulo: Annablume/ Fapesp, 2010.

DIAS, P. *Palestras na abertura do Acervo Cachuera!*. São Paulo, Espaço Cachuera!, 22 e 29/08/2002.

DIAS, P. *Entrevista concedida à autora para a tese de livre-docência Entre a beleza do morto e a cultura viva*. São Paulo: Espaço Cachuera!, 24/05/2005

GIDDENS, A. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Editora da Unesp, 1991.

GONÇALVES, J. R. S. *A retórica da perda: os discursos do patrimônio cultural no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ/Iphan, 1996.

GRUPO CUPUAÇU. Disponível em: <http://xn--grupocupuau-v9a.org.br/>. Acesso em: 02 mar. 2018.

HALBWACHS, M. *A memória coletiva*. São Paulo: Vertice/Ed. Revista dos Tribunais, 1990.

HOBSBAWM, E.; RANGER, T. (orgs.). *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

IKEDA, A.; DIAS, P.; CARVALHO, S. *Projeto Cachuera! de Música*: introdução. São Paulo: Associação Cultural Cachuera!, 2005. (Encarte de CDs).

JEUDY, H.P. *Memórias do social*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.

LOPEZ, T. P. A. *Mário de Andrade*: ramais e caminho. São Paulo: Duas Cidades, 1972.

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

MIRA, M. C. *Entre a beleza do morto e a cultura viva*: mediadores da cultura popular na São Paulo da virada do milênio. São Paulo: Intermeios/ Fapesp, 2016.

MIRA, M. C. *Sociabilidade juvenil e práticas culturais tradicionais na cidade de São Paulo*. Sociedade e Estado. Brasília, v. 24, n. 2, p. 563-597, mai.-ago. 2009.

ORTIZ, R. *Cultura brasileira e identidade nacional*. Brasiliense: São Paulo: Brasiliense, 1985.

ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira*. Cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 1988.

ORTIZ, R. *Cultura popular*: românticos e folcloristas. São Paulo: Olho D'Água, 1992.

SIMIONI, A. P. Bordado e transgressão: questões de gênero na arte de Rosana Paulino e Rosana Palazyan. *PROÁ Revista de Antropologia e Arte*, v. 1, n. 2, 2016.

TABOADA, C. E. *Cultura tradicional e pós-modernidade*: estudo do resgate de danças e folguedos tradicionais na cidade de São Paulo. Relatório Final (Iniciação Científica) – Instituto de Artes, Unesp, São Paulo, 2000.

THOMPSON, E. P. *Costumes em comum*: estudos sobre a cultura popular tradicional. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

TRAVASSOS, E. *Os mandarins milagrosos*: arte e etnografia em Mário de Andrade e Béla Bartók. Rio de Janeiro: Funarte/Jorge Zahar Editor, 1997.

VILHENA, L. R. *Projeto e missão*: o movimento folclórico brasileiro (1947-1964). Rio de Janeiro: Editora da FGV/Funarte, 1997.

Capítulo 3

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS (ABIHPEC). *Anuário 2016, 2017*. Disponível em: <https://abihpec.org.br/ABIHPEC_2016/Anuario2016_DIG.html#p=175>. Acesso em: 07 fev. 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS (ABIHPEC). *Caderno de tendências ABIHPEC*

2014-2015, 2013 Disponível em: <<http://www.abihpec.org.br/2013/10/caderno-de-tendencias-2014-2015/>>. Acesso em: 01 mar. 2014.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS (ABIHPEC). *Panorama do setor de HPPC 2016*, 2016. Disponível em: <<https://www.abihpec.org.br/novo/wp-content/uploads/2016-PANORAMA-DO-SETOR-PORTUGUÊS-14jun2016>>. Acesso em: 02 ago. /2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS (ABIHPEC). *Panorama do Setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos: resultados 2016*, 2017. Disponível em: <<http://abihpec.org.br/publicacao/panorama-do-setor-2017/>>. Acesso em: 07 fev. 2018.

ASHCAR, R. *Brasileirês: a cultura do perfume*. São Paulo: Nova Cultural; Editora Best Seller, 2001.

BERNSTEIN, W. J. *Uma mudança extraordinária: como o comércio revolucionou o mundo*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

BÍBLIA S. *Tradução, introduções e notas*: Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). 3.ed. Brasília, DF: [s.e.], 2006.

BOURDIEU, P. *O senso prático*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

CARDOZO, C. E. de O. *Influência da civilização sobre o desenvolvimento das afecções nervosas*. Tese apresentada e publicamente sustentada perante a Faculdade de Medicina da Bahia. Salvador: Typographia de Antonio Olavo da França Guerra. 11/1857.

CLASSEN, C., HOWES, D., SYNNOTT, A. *Aroma: a história cultural dos odores*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1996.

CORBIN, A. *The foul and the fragrant: odor and the French social imagination*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1986.

DEJEAN, J. The most sweetly flowered king: perfume, cosmetics, and la toilette. In: DEJEAN, J. _____. *The Essence of Style: how French invented high fashion, fine food, chic cafés, style, sophistication, and glamour*. New York, London, Toronto, Sydney: Free Press, 2005. p. 249-266.

ELIAS, N. *Mozart: sociologia de um gênio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1995.

ELIAS, N. *A peregrinação de Watteau à Ilha do Amor*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

ELIAS, N. *Sobre o tempo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

ENTREVISTADO Babalorixá 1. Entrevistado 1: depoimento [13 mar. 2015]. Entrevistadores: Salete Nery e Sílvia Peixinho. São Félix (BA). Entrevista

concedida para o Projeto Perfume: cheiro, civilidade, indústria e afeto: uma perspectiva sociológica.

ENTREVISTADO Babalorixá 2. Entrevistado 1: depoimento [23 mar. 2015]. Entrevistadores: Salete Nery e Sílvio Peixinho. Salvador (BA). Entrevista concedida para o Projeto Perfume: cheiro, civilidade, indústria e afeto: uma perspectiva sociológica.

EUROMONITOR. *Fragrances in Brazil*. Ago. 2015. Disponível em: <<http://www.euromonitor.com/fragrances-in-brazil/report>>. Acesso em: 31 ago. /2015.

EUROMONITOR. *Fragrances in Brazil*. Jun. 2016. Disponível em: <<http://www.euromonitor.com/fragrances-in-brazil/report>>. Acesso em: 02 ago. 2016.

FERREIRA, G. *Rota da beleza. Você S/A*. São Paulo, Editora Abril, edição 183, p. 76-77, ago. 2013.

FREIRE, G. A. F. *Qual o papel que desempenha a civilização no movimento das moléstias mentaes*. Tese apresentada e publicamente sustentada perante a Faculdade de Medicina da Bahia. Salvador: Bahia Imprensa Popular, 1888.

HARVEY, S. A. *Scenting Salvation: ancient christianity and the olfactory imagination*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Cidades@*, 2010a. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=290490&search=bahia%7Ccachoeira>>. Acesso em: 01 jul. /2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009 (POF): despesas, rendimentos e condições de vida*. Rio de Janeiro: IBGE, 2010b.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2011-2012 (PNAD 2013)*. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhorendimento/pnad2013/default_reponderadas.shtm>. Acesso em: 16 nov. 2014.

JAUQUET, C. *Filosofia do odor*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.

LIMA, T. Humores e odores: ordem corporal e ordem social no Rio de Janeiro, século XIX. *Manguinhos*. v. II, n.3, nov. 1995-fev. 1996. p. 44-96.

LOUREIRO, M. O Nordeste quer mais. *Exame*, ano 47, edição 1047, n. 15, São Paulo, abril, p. 162-177, ago. 2013.

MAIA JR., H. Depois da euforia, a realidade. *Exame*, ano 48, edição 1064, n. 8, São Paulo, Editora Abril, p. 62-67, abr. 2014.

MATTOSO, K. M. de Q. *Bahia, século XIX: uma província no Império*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1992.

MILLNER, M. *The senses and the English reformation*. England: Ashgate E-book, 2011. (St. Andrews studies in Reformation history).

MOTT, L. *Bahia: Inquisição & sociedade*. Salvador: EDUFBA, 2010.

OLIVEIRA, M. C. *Deuses que dançam: lutas por reconhecimento e as dinâmicas civilizatórias em circuitos populares de bens espirituais*. 2017. 534f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. 5.ed. São Paulo: Brasiliense, 1996.

PERROT, P. *Fashioning the bourgeoisie: a history of clothing in the nineteenth century*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1996.

REINARZ, J. *Past Scents: historical perspectives on smell*. Urbana, Chicago, and Springfield: University of Illinois Press, 2014. (Studies in sensory history).

SÜSKIND, P. *O perfume: história de um assassino*. 29. ed. Tradução de Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2010.

VIGARELLO, G. *O limpo e o sujo: a higiene do corpo desde a Idade Média*. Lisboa: Fragmentos, 1985.

VILLAS-BÔAS, O. *A arte dos pajés: impressões sobre o universo uspiritual xinguaño*. São Paulo: Globo, 2000.

Capítulo 4

BACHELARD, G. *A epistemologia*. Lisboa: Edições 70, s/d.

BATESON, G. *Naven: um exame dos problemas sugeridos por um retrato composto da cultura de uma tribo da Nova Guiné, desenhado a partir de três perspectivas*. São Paulo: EDUSP, 2008.

BOLTANSKI, L. & THÉVENO, L. The sociology of critical capacity. *European Journal of Social Theory* 2(3): 359–377, 1999.

BOURDIEU, P. *Homo Academicus*. Florianópolis: UFSC, 2011.

BOURDIEU, P. *Senso prático*. Petrópolis: Vozes, 2009.

BOURDIEU, P. *Esboço de auto-análise*. São Paulo: Cia das Letras, 2005.

BOURDIEU, P. *Science de la Science et Réflexivité*. Paris: Raisons d'Agir, 2001.

BOURDIEU, P. "Participant objectivation". *J. Roy. anthrop. Inst. (N.S.)* 9, 281-294.

BOURDIEU, P.; CHAMBOREDON, J. C.; PASSERON, J. C. *A profissão do sociólogo: preliminares epistemológicas*. Petrópolis (RJ): Vozes, 1999.

- BRAGA, S. I. G. *Os bois-bumbás de Parintins*. Rio de Janeiro: FUNARTE, 2002.
- CLIFFORD, J. *A experiência etnográfica: antropologia e literatura no século XX*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2002.
- DUX, G. *Teoria Histórico-Genética de la Cultura: la lógica procesual en el cambio cultural*. Bogotá: Aurora, 2012.
- ELIAS, N. *Teoria simbólica*. Oeiras: Ceuta, 2002.
- ELIAS, N. *Sobre o tempo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- ELIAS, N. *Sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.
- FARIAS, E. Sociologia e a esfera cultural contemporânea. *Ciências Sociais Unisinos*, São Leopoldo, v. 53, N. 1, p. 3-14, jan/abr 2017.
- FARIAS, E. *Ócio e negócio: festas populares e entretenimento-turismo no Brasil*. Curitiba: Appris, 2011.
- FARIAS, E. & LINS, A. Diversidade, agendas de cultura e desenvolvimento e mediações no campo de poder global. *Contemporânea* v. 7, n. 1 p. 63-90 jan.-jun. 2017.
- FOUCAULT, M. O que é um autor? In: MOTTA, M. B. da (org.): *Ditos e escritos III* (Estética: literatura e Pintura, Música e Cinema). Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001, p. 264-298.
- GEERT, F. V.; ROIGÉ, X. De los usos políticos del patrimonio. In: GEERT, F. V.; ROIGÉ, X.; CONGET, L. (coord.). *Usos políticos del patrimonio cultural*. Barcelona: Universitat de Barcelona Edicions, 2016.
- GEERTZ, C. *Negara o Estado teatro no século XIX*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1991.
- GIDDENS, A. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Editora UNESP, 1991.
- GINZBURG, C. *Mitos, emblemas e sinais: morfologia e história*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.
- HEINICH, N. *A Sociologia da arte*. Bauru (SP): EDUSC, 2008.
- IPHAN. *O registro do patrimônio imaterial* (Dossiê final das atividades da Comissão do Grupo de Trabalho Patrimônio Imaterial). Brasília (DF): 2005.
- KUPPER, A. *Antropología y Antropólogos: la escuela británica (1922-1972)*. Barcelona: Anagrama, 1973.
- LANDER, E. Ciências Sociais: saberes coloniais e eurocêntricos. In: LANDER, E. (org.): *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales*. Perspectivas latinoamericanas. Buenos Aires: CLACSO, 2005, p. 21-53.
- LEACH, E. R. *Sistemas políticos da alta Birmânia*. São Paulo: EDUSP, 1996.

- LEIRIS, M. *África fantasma*. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- LEVI-STRAUSS, C. *Tristes trópicos*. São Paulo: Cia das Letras, 1996.
- MUSEU DA PESSOA. *Guaraná? Só de Maués!*. São Paulo: 2007.
- PASSERON, J. C. *O raciocínio sociológico: o espaço não-popperiano do raciocínio natural*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- POLOUT, D. *Uma história do patrimônio no ocidente, séculos XVIII-XXI: do monumento aos valores*. São Paulo: Estação Liberdade, 2009.
- SEGATO, R. L. Antropologia e direitos humanos: alteridade e ética no movimento de expansão dos direitos universais. *Mana: Estudos de Antropologia Aocial*, Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social – Museu Nacional – UFRJ, v. 12, n. 01, abril 2006. p. 207-236.
- SEGATO, R. L. Gênero e colonialidade: em busca de chaves de leitura e de um vocabulário descolonial. In: *E-cadernos CES [On-line]*, Epistemologias feministas: ao encontro da crítica radical, n. 18, 2012, p. 106-131.
- STOCKIING Jr, G. W. *History of anthropology*. Wisconsin: The University of Wisconsin Press, VI volumes.
- WEBER, M. Estudos críticos sobre a lógica das ciências da cultura. In: *Metodologia das Ciências Sociais. WEBER M., Parte I*. Campinas: Ed. Cortez/Unicamp, 1992, 2 vols.
- WEBER, M. O sentido da 'neutralidade' axiológica nas Ciências Sociais e Econômicas. In: *Estudos de metodologia em Ciências Sociais, Parte II*. Campinas: Udunicamp, 1992, 2 vols.

Capítulo 5

- ASSMANN, J. Kollektives Gedächtnis und kulturelle Identität. In: *Kultur und Gedächtnis*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1988.
- CENTRO DE MEMÓRIA, DOCUMENTAÇÃO E REFERÊNCIA. *Uma Shu-bu Hiwea: livro escola viva do povo Huni Kuin do Rio Jordão*. São Paulo: Itaú Cultural, 2017.
- COELHO DE SOUZA, M.; COFFACI DE LIMA, E. (orgs.). *Conhecimento e cultura: práticas de transformação no mundo indígena*. Brasília: Athalaia, 2010.
- CLASTRES, P. Da tortura nas sociedades primitivas. In: *A Sociedade contra o Estado: pesquisas de Antropologia Política*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1978.
- COHN, C. Educação escolar indígena: para uma discussão de cultura, criança e cidadania ativa. *Perspectiva*. v. 23, n. 02, p. 485-515, jul./dez. 2005.

CUNHA, M. C. da; CESARINO, P. de N. (org.). *Políticas culturais e povos indígenas*. São Paulo: Cultura Acadêmica / Editora Unesp, 2014.

FRANCHETTO, B. *Falar Kuikuro*: estudo etnolinguístico de um grupo karib do Alto Xingu. Tese de Doutorado apresentada ao Departamento de Antropologia do Museu Nacional, 1986.

GALLOIS, D. T. Donos, detentores e usuários da arte gráfica kusiwa. *Revista de Antropologia* v. 55. São Paulo: USP, 2012, p.19-49.

GOLDSTEIN, I.; LABATE, B. C. Encontros artísticos e ayahuasqueiros: reflexões sobre a colaboração entre Ernesto Neto e os Huni Kuin. *Mana* 23(3): p. 437-471, 2017.

GOODY, J. *Domesticação do pensamento selvagem*. Lisboa: Editorial Presença, 1988.

GOODY, J.; WATT, I. Las consecuencias de la cultura escrita. In: GOODY, Jack (org.). *Cultura escrita en sociedades tradicionales*. Barcelona: Gedisa, p. 39-82, 1996.

HALBWACHS, M. *A memória coletiva*. São Paulo: Centauro, 2006.

ITAÚ CULTURAL. *Una Shubu Hiwea* – Livro escola viva do povo Huni Kui do rio Jordão. Disponível em: <<http://www.itaucultural.org.br/una-shubu-hiwea-livro-escola-viva-do-povo-huni-kuin-do-rio-jordao>>. Acesso em: 08 fev. 2018.

KEIFENHEIM, B. Nixi pae como participação sensível no princípio de transformação da criação primordial entre os índios Kaxinawa no Leste do Peru. In: LABATE, B. C.; ARAÚJO, W. S. (org.). *O uso ritual da Ayahuasca*. Campinas, Mercado de Letras, 2004.

KOPENAWA, D.; ALBERT, B. *A queda do céu: palavras de um xamã yanomami*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LAGROU, E. *Arte indígena no Brasil: agência, alteridade e relação*. Rio de Janeiro: C/Arte, 2009.

LE GOFF, J. *História e memória*. Campinas, São Paulo: Editora da UNICAMP, 1990.

LEROI-GOURHAN, André. *Le geste et la parole*. Paris, Albin Michel, 1965.

MURU, A. M. M. I.; QUINET, A. *Una Isi Kayawa*: Livro da cura do povo Huni Kut do rio Jordão. Rio de Janeiro: Dantes, 2014.

NORA, P. *Entre memória e história: a problemática dos lugares*. Projeto História n. 10. São Paulo: Educ, 1993.

OLIVEIRA FILHO, J. P. A refundação do Museu Maguta: etnografia de um protagonismo indígena. In: MONTENEGRO, Aline e ZAMORANO, R. (orgs.). *Coleções e colecionadores. A polissemia das práticas*. Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, 2012.

SANTOS, J. A. C. L. dos. História e memória: leituras e possibilidades nos livros didáticos. *Anais do XXVIII Simpósio Nacional de História*. 27 a 31 de julho de 2015. Florianópolis. Disponível em: <[http://www.snh2015.anpuh.org/resources/anais/39/1441905374_ARQUIVO_HistoriaeMemoria-leiturasepossibilidades-noslivrosdidaticos\(ANPUH\)2.pdf](http://www.snh2015.anpuh.org/resources/anais/39/1441905374_ARQUIVO_HistoriaeMemoria-leiturasepossibilidades-noslivrosdidaticos(ANPUH)2.pdf)>. Acesso em: 06 fev. 2018.

VIDAL, L. *Kuabí: the indians of the Lower Oiapoque and their museum*. Vibrant, Virtual Braz. Anthr., Brasília, v. 10, n. 1, Junho de 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S180943412013000100016&lng=en&nrm=iso&tlng=en>. Acesso em: 12 dez. 13.

Capítulo 6

BAUMAN, Z. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Z. *Comunidade: A busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BAUMAN, Z. *A sociedade individualizada*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAUMAN, Z. *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Rio de Janeiro: Zahar 2004.

BOLTANSKI, L. *De la critique*. Précis de sociologie de l'émancipation. Paris: Gallimard, 2009.

BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris: Gallimard, 2011.

BOURDIEU, P. A casa Kabyle ou o mundo às avessas. *Cadernos de Campo*, v. 8, n. 8, 1999, p.147-159.

BOURDIEU, P. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. São Paulo: Zouk, 2004.

BOURDIEU, P. Efeitos de lugar. In: BOURDIEU, P. (org.) *A miséria do mundo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

BOURDIEU, P. *Les structures sociales de l'économie*. Paris: Seuil, 2000.

DARDOT, P.; LAVAL, C. *La nouvelle raison du monde*. Essai sur la société néolibérale. Paris: La Découverte, 2009.

DUNKER, C. *Mal-estar, sofrimento e sintoma: uma psicopatologia do Brasil entre muros*. São Paulo: Boitempo, 2015.

FONTENELLE, I. A. Alcances e limites da crítica no contexto da cultura política do consumo. *Estudos Avançados*, v. 30, 2016. p. 255-278.

FONTENELLE, I. A. Global responsibility through consumption?: Resistance and assimilation in the anti-brand movement. *Critical perspectives on international business*, v. 6, 2010, p. 256-272.

FRANÇA, D. Desigualdades e segregação residencial por raça e classe. In: MARQUES, E. (org). *A metrópole de São Paulo no século XXI*. Espaços, heterogeneidades e desigualdades. São Paulo: Editora Unesp, 2015.

GAMBAGORTE, E. F. *Um novo morar urbano: apartamentos compactos e suas implicações sobre estilo de vida e consumo*. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Administração de Empresas) – EAESP-FGV.

GORZ, A. *O imaterial: conhecimento, valor e capital*. São Paulo: Annablume, 2005.

HAMNETT, C. The blind men and the elephant: the explanation of gentrification. Transactions of the Institute of British Geographers, *New Series*, v. 16, n. 2, p. 173-189, 1991.

LAHIRE, B. *Homem plural: os determinantes da ação*. Petrópolis, Rio de Janeiro, Vozes, 2002.

LEY, D. Gentrification and the politics of the new middle class. Environment and Planning D: Society and Space, volume 12, 1994, p. 53-74.

LÖWY, M. *The Revolutionary Romanticism of May 1968*. Thesis Eleven, n. 68, February 2002, p. 95–100.

MARQUES, E. Os espaços sociais da metrópole nos anos 2000. In: *A metrópole de São Paulo no século XXI: espaços, heterogeneidades e desigualdades*. São Paulo: Editora Unesp, 2015.

MICHETTI, M. *Moda brasileira e mundialização*. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2015.

MICHETTI, M. O discurso da diversidade no universo corporativo: “institutos” empresariais de cultura e a conversão de capital econômico em poder político. *Contemporânea*, v. 7, n. 1, 2017a, p.119-146.

MICHETTI, M. Coletivos e redes culturais no Brasil contemporâneo: notas sobre as relações entre cultura, economia e política na conjuntura neoliberal. *Arquivos do CMD*, v. 5, n. 1. Jan/Jul 2017b, p.63-79.

NICOLAU NETTO, M. *O discurso da diversidade e a world music*. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2014.

OLIVEIRA, M. R. M. *Transformações no Elevado Costa e Silva: Atores e disputas*. Relatório de iniciação científica (PIBIC). EAESP-FGV, 2016.

ORTIZ, R. Os artífices mundiais da cultura. In: *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

ORTIZ, R. O senso comum planetário. In: *Mundialização, saberes e crenças*. São Paulo: Brasiliense: 2006.

ORTIZ, R. *Universalismo e diversidade: contradições da modernidade-mundo*. São Paulo: Boitempo, 2015.

ORTIZ, R. Anotações sobre o Universal e a Diversidade. *Revista Brasileira de Educação*, v. 12, n. 34 jan./abr. 2007, pp 7-16.

PULICI, C. M. *O charme (in)discreto do gosto burguês paulista: estudo sociológico da distinção social em São Paulo*. Tese de doutorado em Sociologia. USP, 2010.

ROSENTHAL, B. GAMBAGORTE, E. Práticas do morar e consumir em apartamentos compactos na grande metrópole. *CLAV: 9th Latin American Retail Conference*, 2016.

SÃO PAULO. *Lei nº 16.050, de 31 de julho de 2014: Aprova a Política de Desenvolvimento Urbano e o Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo e revoga a Lei nº 13.430/2002*. São Paulo: PMSP.

SCOTT, A. J. *Social economy of the metropolis: cognitive-cultural capitalism and the global resurgence of cities*. Oxford: Oxford University Press, 2008.

SASSEN, S. Analytic Borderlands: Economy and Culture in the Global City. In: BRIDGE, G.; WATSON, Sophie (ed.). *The New Blackwell Companion to the City*. West Sussex: Wiley-Blackwell, 2000a.

SASSEN, S. The Global City: Strategic Site/New Frontier. *American Studies*, v. 41; n. 2/3, Summer/Fall, 2000b, pp.79-95.

SAVAGE, M. The Lost Urban Sociology of Pierre Bourdieu. In: BRIDGE, G.; WATSON, S. (ed.). *The New Blackwell Companion to the City*. West Sussex: Wiley-Blackwell, 2000.

SENNET, R. *A corrosão do caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2012.

SIMMEL, G. The metropolis and the Mental Life. In: SENNETT, R. (ed.). *Classic Essays on the Culture of Cities*. New Jersey: Prentice-Hall, 1969.

ZUKIN, S. *The culture of cities*. Malden, Massachusetts: Blackwell Publishers, 1995.

ZUKIN, S. *Naked city: The death and life of authentic urban places*. New York: Oxford University Press, 2010.

WEBER, M. The nature of the city. In: SENNETT, R.(ed.). *Classic essays on the culture of cities*. New Jersey: Prentice-Hall, 1969.

Capítulo 7

ÇELIK, Z. *Displaying the orient: architecture of islam at nineteenth-century world's fairs*. Berkeley, Los Angeles, Oxford: University of California Press, 1992.

ALFONSO, L. P. *Embratur: formadora de imagens da nação brasileira*. Campinas: Unicamp, 2006.

- ANDERSON, B. *Imagined Communities: reflections on the origin and spread of nationalism*. London, New York: Verso, 1991.
- ANHOLT, S. *Competitive Identity: the new brand management of nations, cities and regions*. New York: Palgrave Macmillan, 2007.
- ANHOLT, S. From nation branding to competitive identity: the role of brand management as a component of national policy. In: INNIE, K., *Nation Branding: concepts, issues, practice*. Amsterdam: Elsevier, 2008.
- APPADURAI, A. *Modernity at large*. Minneapolis: University of Minnesota, 2004.
- ARONCZYK, M. *Branding the nation: the global business of national identity*. Oxford Scholarship Online, 1996.
- BAUDRILLARD, J. *A troca simbólica e a morte*. São Paulo: Loyola, 1996.
- BOURDIEU, P. A. economia das trocas linguísticas. In: R. O. (org.), *A sociologia de Pierre BOURDIEU* (pp. 144-169). São Paulo: Olho D'Água, 2003.
- BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.
- CAMPOS, C. M. *A política da língua na era Vargas: proibição de falar alemão e resistências no sul do Brasil*. Campinas: Editora Unicamp, 2006.
- CHESNEAUX, J. *Modernidade-Mundo*. Petrópolis: Vozes, 1996.
- CHIAS, J. *El negocio de la felicidad: desarrollo y marketing turístico de países, regiones, ciudades y lugares*. Madrid: FT Prentice Hall, 2005.
- CICHELLI, V.; OCTOBRE, S. *O gosto pelo mundo: a globalização da cultura apreendida pelo cosmopolitismo estético-cultural dos jovens na França*. Repocs, 14 (28), 167-190, 2017.
- COMAROFF, J. L., & COMAROFF, J. *Ethnicity, Inc*. Chicago and London: The University of Chicago Press, 2009.
- DINNIE, K. *Nation Branding: concepts, issues, practice*. Amsterdam: BH, 2008.
- DINNIE, K. Nation-Branding Issues and Initiatives. In K. Dinnie, *Nation Branding: concepts, issues, practices*. Amsterdam: BH, 2008.
- DOCTOROW, E. L. *World's fair: a novel*. New York: Random House, 1985.
- EMBRATUR. *Plano Aquarela 2020 Marketing Turístico Internacional do Brasil*, 2010.
- EMBRATUR. *Plano Aquarela Marketing Turístico Internacional do Brasil*, 2005.
- EMBRATUR. *Plano Aquarela Marketing Turístico Internacional do Brasil*. 2007-2010, 2007.

- FEATHERSTONE, M. Cultura global: Introdução. In: M. F. (org), *Cultural global: nacionalismo, globalização e modernidade* (pp. 7-23). Petrópolis: Editora Vozes, 1999.
- FERREIRA, T. A. *Cozinhando e pensando um Brasil: reflexões acerca de possíveis e diferentes discursos voltados à construção da identidade gastronômica brasileira*. Campinas: Monografia de TCC, Unicamp, 2015.
- GELLNER, E. *Nations and Nationalism*. Ithaca, New York: Cornell University Press, 1983.
- GIDDENS, A. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Unesp, 1991.
- GILROY, P. *The Black Atlantic: modernity and double consciousness*. London: Verso, 2007.
- HALBWACHS, M. *A memória coletiva*. São Paulo: Centauro, 2006.
- HARVEY, D. *A produção capitalista do espaço*. São Paulo: Annablume, 2005.
- IANNI, O. *A sociedade global*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- IANNI, O. As Ciências Sociais na época da globalização. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 13 (37), 1-8, 1998.
- IANNI, O. *Teorias da globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
- KAJIHARA, K. A. *A imagem do Brasil no exterior: análise de material de divulgação oficial da Embratur desde 1966 até os dias atuais*. São Paulo: USP, 2008.
- KLEIN, N. *No logos: no space, no choice, no jobs*. London: Flamingo, 2000.
- KOTLER, P., JATUSRIPITAK, S.; MAESINCEE, S. *The Marketing of Nations: A Strategic Approach to Building National Wealth*. New York: Free Press, 1997.
- LASH, S.; URRY, J. *Economies of Signs & Space*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications, 1994.
- LIPOVETSKY, G.; SEROY, J. *A estatização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- LURY, C. *Brands: the logos of the global economy*. London: Routledge, 2004.
- MEAD, M. National Character. In: A. L. Kroeber, *Anthropology Today*. na Encyclopedia Inventory. Chicago: University of Chicago, 1953.
- MIRA, M. C. Diversidade cultural em São Paulo: o 'orgulho caipira'. In: MIRA M. , & FARIAS, E., *Faces contemporâneas da cultura popular* (pp. 75-96). Jundiaí: Paco Editorial, 2014.

MOILANEN, T.; RAINISTO, S. *How to Brand Nations, Cities and Destinations: planning book for place branding*. New York: Palgrave, 2009.

MOTA, C. G. *Ideologia da cultura brasileira (1933-1914)*. São Paulo: Paz e Terra, 1980.

MUNDURUKU, D. *Daniel Munduruku: "índio é invenção total, folclore puro"*. (T. Mendonça, Interviewer). 27 de dezembro de 2014.

NAIRN, T. *The Break-up of Britain: crisis and neo-nationalism*. London: New Left Books, 1977.

NICOLAU NETTO, M. A hierarquização simbólica do Brasil na Copa do Mundo. *Sociedade e Estado*, 32, 145-169, 2017.

NICOLAU NETTO, M. (2015). From exoticism to diversity. *Vibrant – Virtual Brazilian Anthropology*, 12 (1), 7-36, 2015.

NICOLAU NETTO, M. *Música brasileira e identidade nacional na mundialização*. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2009.

NICOLAU NETTO, M. *O discurso da diversidade e a world music*. São Paulo: Annablume/FAPESP, 2014.

NICOLAU NETTO, M. O discurso do marketing de lugar e os grandes eventos. *CRH*, 29 (78), 495-512, 2016.

NICOLAU NETTO, M. Os sentidos da diversidade e da modernidade nas campanhas promocionais contemporâneas da Embratur. In: M. B.; CASTRO M. B.; SANTOS, M. S., *Diálogos Interdisciplinares: literatura e políticas culturais* (pp. 1-26). Rio de Janeiro: Eduer, 2014.

OLINS, W. *Corporate Identity: making business strategy visible through design*. Boston: Harvard Business School Press, 1990.

OLINS, W. *Trading Identities: why countries and companies are taking on each others' roles*. London: The Foreign Policy Centre, 1999.

OLIVEIRA, N. G. *O poder dos jogos e os jogos de poder: interesses em campo na produção da cidade para o espetáculo esportivo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 2001.

ORTIZ, R. *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

ORTIZ, R. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 2003.

PASCHOAL, E.; ODENTHAL, J. Prefácio. In: *Copa da Cultura: Brasil + Deutschland 2006: a Documentação, 2006*.

PORTER, M. *The Competitive Advantages of Nations*. New York: Free Press, 1990.

- RIDENTI, M. *Em busca do povo brasileiro: artistas da revolução, do CPC à era da TV*. São Paulo: UNESP, 2014.
- SANOVICZ, E. *A promoção comercial do turismo brasileiro no exterior: o caso da reconstituição da Embratur*. São Paulo: ECA-USP, 2007.
- SANOVICZ, E. *Proxima estación Praça Calalunya*. Dissertação de Mestrado: Departamento de Publicidade, Relações Públicas e Turismo da Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2001.
- SASSEN, S. *Territory, Authority, Rights: From Medieval to Global Assemblages*. New Jersey: Princeton University Press, 2006.
- SKLAIR, L. *Transnational Capitalist Class*. Oxford: Blackwell, 2001.
- SMITH, A. D. *Nationalism and Modernism: A Critical Survey of Recent Theories of Nation and Nationalism*. London, New York: Routledge, 1998.
- SOUZA, J. *A ralé brasileira: quem é e como vive*. Belo Horizonte: UFMG, 2009.
- STEINER, C. *African Art in Transit*. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.
- TOLEDO, C. N. *ISEB: fábrica de ideologias*. Campinas: Editora Unicamp, 1997.
- URRY, J. *Consuming Places*. London and New York: Taylor & Francis, 2011.

Capítulo 8

- ALVES, E. P. M. *O capitalismo cultural-digital: investimento cultural-digital versus incentivos fiscais*. Itaú Cultural: São Paulo, 2017.
- ALVES, E. P. M. A expansão do mercado de conteúdos audiovisuais brasileiros e a centralidade dos agentes estatais de mercado: o FSA, a ANCINE e o BNDES. *Revista Cadernos do CRH*, Universidade Federal da Bahia: Salvador, 2017.
- ANCINE. *Anuário estatístico do cinema brasileiro*. Rio de Janeiro: 2016.
- ANCINE. *Informe preliminar anual de 2017 sobre o cinema brasileiro*. Rio de Janeiro: 2018.
- ANCINE. *Estudo anual sobre o emprego no setor audiovisual*. Rio de Janeiro: 2017.
- ANCINE. *Impacto da crise econômico nos mercados de programação e empacotamento da TV por assinatura no Brasil*. Rio de Janeiro: 2017.
- DEEZER, *Digital Music Report*. Rio de Janeiro: 2017.

IBGE. *Pesquisa nacional por amostras de domicílios acerca do acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal*. Brasília: 2017.

UNESCO. *Pesquisa, cultura e tecnologias no Brasil*. Brasília: 2017.

SECOM. *Pesquisa nacional sobre consumo de mídia e tempo livre*. Brasília: 2007.

VOGELSTEIN, N. *Briga de cachorro grande*. Vozes, Petrópolis: 2014.

Capítulo 9

ADORNO, T. W. *Opera and the Long-Playing Record*. *October*, v. 55, Winter, 1990b, p. 62-66.

ADORNO, T. W. *The Form of the Phonograph Record*. *October*, v. 55, Winter, 1990a, p. 56-61.

ADORNO, T. W. *Cultura y administración*. ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. Madrid: Taurus, 1971, 69-97.

ATTALI, J. B. *Essay sur l'économie politique de la musique*. Paris: Presse Universitaire de France, 1977.

BARROS, F. Sociologia da música: entre o rigor historicista e a crítica de arte. In: FERNANDES, D.; SANDRONI, C. *Música e Ciências Sociais*. Para além do descompasso entre arte e ciência. Curitiba: Ed. Prismas, 2017.

BENJAMIN, W. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. In: *Os Pensadores*. Benjamin, Habermas, Horkheimer e Adorno. 2ª ed. São Paulo: Editora Abril, 1983, p.5-28.

BLOOMFIELD, T. *Resisting Songs: negative dialectics in pop*. *Popular Music*. Cambridge University Press, v. 12/1, 1993, p.13-31.

BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectivas, 2009, 6a. ed.

BURNETT, H. *A era do streaming*. Comunicação apresentada no Encontro Conexão Letras. EFLCH-UNIFESP. Guarulhos, setembro de 2017.

COHN, G. *Sociologia da Comunicação*. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1973.

DIAS, M. T. Quando o todo era mais do que a soma das partes: álbuns, singles e os rumos da música gravada. *Revista Observatório Itaú Cultural: OIC*, nº 13 (set.2012). São Paulo: Itaú Cultural, 2012, p. 63-74.

DIAS, M. T. *Indústria fonográfica: a reinvenção de um negócio*. Bolaño, Golin e Brittos (orgs.). Economia da arte e da cultura. São Paulo: Itaú Cultural, 2010. P. 165-183

DIAS, M. T. Suportes e formatos da música gravada na atualidade: o lugar da tradição e as possibilidades de transformação cultural. In: GARCIA, T.;

- FENERICK, J. A. *Música popular. História, memória e identidades*. São Paulo: Alameda, 2015.
- DIAS, M. T. *Os donos da voz: industria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2008, 2a. Edição.
- ELIAS, N. M. *Sociologia de um gênio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1995.
- FEATHERSTONE, M. Para uma Sociologia da Cultura Pós-Moderna. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. São Paulo, n.26, jun, 1994.
- FENERICK, J. A. & MARQUIONI, C. E. As revoluções do Álbum Branco. Vanguardismo, Nova Esquerda e música pop. *ArtCultura*, v.17, n.31, p.21-37. Uberlândia: jul-dez, 2015.
- FENERICK, J. A. & MARQUIONI, C. E. Sgt Peppers Lonely Hearts Club Band: uma colagem de sons e imagens. Fênix – *Revista de História e Estudos Culturais*, janeiro/ fevereiro/ março de 2008, v. 5, Ano V, n. 1. Disponível em: <<http://www.revistafenix.pro.br>>.
- FLICHY, Patrice. *Las Multinacionales del audiovisual*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1982.
- FRANCESCHI, H. M. *A Casa Edison e seu tempo*. Rio de Janeiro: Sarapuí, 2002.
- GALLETTA, T. *Cena musical paulistana dos anos 2010*. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2016.
- GARCIA, W. *Bim Bom: a contradição sem conflitos de João Gilberto*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- GARCIA, W. Clara Crocodilo e Nego Dito: dois perigosos marginais? *Antíteses*, v. 8, n. 15, p.10 – 36, jul/dez, 2015.
- GARCIA, W. *Melancolias, mercadorias: Dorival Caymmi, Chico Buarque, o prego de rua e a canção popular-comercial no Brasil*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2013, p. 41-46.
- GARCIA, W. Notas sobre o Disco Encarnado, de Juçara Marçal (2014). *Revista USP*. São Paulo, n. 111, p. 59-68. Out/nov/dez, 2016.
- HABERMAS, J. Arquitetura moderna e pós-moderna. *Novos estudos Cebrap*, n. 18, set. 1987, p. 115-124.
- HERSCHMANN, M. *Lapa cidade da música*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- HESMONDHALGH, D. Bourdieu. the media and cultural production. *Media, Culture and Society*. Londres: Sage Publications, v. 28 (2):211-231, 2006.
- HESMONDHALGH, D. Flexibility, post-Fordism and the music industries. *Media, Culture and Society*. Londres: Sage Publications, v. 18, 1996, pp.469-488.

- IANNI, O. *A sociedade global*. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 1992.
- IFPI – *Global Music Report 2017*. Annual State of the industry. Disponível em: <<http://www.ifpi.org/downloads/GMR2017.pdf>>. Acesso em: 02 fev. 2018.
- JAMESON, F. *Pós-modernismo*. A lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ática, 2017, 2. ed.
- LYOTARD, J. F. *A condição pós-moderna*. Rio de Janeiro: Editora José Olympio, 2011.
- MAMMÌ, L. A era do disco: O LP não foi apenas um suporte, mas uma forma artística. *Revista Piauí*. Rio de Janeiro: Editora Alvinegra, n.89, fevereiro de 2014, p. 36-41.
- MARTINS, C. *A comercialização de fonogramas pela grande indústria fonográfica no Brasil e o esquematismo da indústria cultural (2006-2012)*. Dissertação de mestrado. EFLCH/ UNIFESP, 2013.
- MICHETTI, M. Coletivos e redes culturais no Brasil contemporâneo: Notas sobre as relações entre cultura, economia e política na conjuntura neo-liberal. *Arquivos do CMD*, v. 5, n. 1, jan-jul de 2017.
- Napolitano, M. *Seguindo a canção: engajamento político e indústria cultural na MPB (1959-1969)*. São Paulo: Annablume, 2001.
- NICOLAU NETTO, M. *Quanto custa o gratuito?: Problematização sobre os novos modos de negócios na música*. *ArtCultura*, Uberlândia, v. 10, n. 16, p. 141-155, jan-jun, 2006.
- PEREIRA, A. Funk Ostentação em São Paulo: Imaginação, consumo e novas tecnologias de informação e da comunicação. *Revista de Estudos Culturais*. EACH-USP, v. 1, p. 1-18, 2014.
- PETERSON, R. & BERGER, D. Cycles in Symbol Production: The Case of Popular Music. *American Sociological Review*, v. 40, n. 2, p. 158-173, 1975.
- ROTHENBUHL & PETERS. Defining Phonography: An Experiment in Theory. *The Musical Quarterly*, v. 81, nº2, Oxford University Press, 1997, p. 242-264.
- SÁ, S. P. O CD morreu? Viva O vinil!. PERPÉTUO, I. F. & AMADEU, S. (orgs.) *O futuro da música depois da morte do CD*. São Paulo: Momento Editorial, 2009, suporte digital, p. 49-74.
- SANTOS, D. V. *As representações de nação nas canções de Chico Buarque e Caetano Veloso: do nacional-popular à mundialização*. IFCH/UNICAMP: Tese de doutorado. Campinas, São Paulo: 2014.
- SILVEIRA, S. A. A música na época de sua reprodutibilidade digital. PERPÉTUO, I. F. & AMADEU, S. (orgs.) *O futuro da música depois da morte do CD*. São Paulo: Momento Editorial, 2009, suporte digital.

- STERN, J. O MP3 como um artefato cultural. SÁ, S. P. (org.) *Rumos da cultura da música*. Porto Alegre: Sulina, 2010, p. 63-89.
- TATIT, L. *O século da canção*. São Paulo; Ateliê Editorial, 2004. p. 33-34.
- VICENTE, E.; KISCHINHEVSKY, M.; DE MARCHI, Leonardo. A consolidação dos serviços de *streaming*: reconfiguração dos mercados de mídia sonora e desafios à diversidade musical no Brasil. *Compós*, Goiânia, junho de 2010.
- VICENTE, E. *Da vitrola ao Ipod*. São Paulo: Alameda, 2014.
- WEBER, M. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Pioneira, 1989.
- WILLIAMS, R. A fração Bloomsbury. *Plural*, Sociologia USP. São Paulo: 6:139-168, 1999.
- WILLIAMS, R. *Cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2008.
- WILLIAMS, R. *The Sociology of Culture*. Chicago: The University Chicago Press, 1995.
- WINTEL. *Worldwide Independent Market Report 2017*. Disponível em: <http://winformusic.org/wintel/>.

Capítulo 10

- ARTIAGA, L. (org.). *Le roman populaire. Des premiers feuilletons aux adaptations télévisuelles. 1836-1960*. Paris: Éditions Autrement, 2008.
- CHARTIER, R. *A mão do autor e a mente do editor*. São Paulo: Editora UNESP, 2014.
- COMPÈRE, D. *Les romans populaires*. Paris: Presses Sorbonne Nouvelle, 2011.
- ELIAS, N. *O processo civilizador, Volume I: uma história dos costumes*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- LEÃO, A. B. *Brasil em imaginação. Livros, impressos e leituras infantis*. Fortaleza: UFC/INESP, 2011.
- MENDES, L. Apresentação. O Zola da Praia Grande. Figueiredo Pimentel e o naturalismo. In: MENDES, L., CATHARINA, P. P. G. F. *O aborto, romance de Figueiredo Pimentel*. Rio de Janeiro, 7 Letras, 2015.
- MOLLIER, J. Y. *L'argent et les lettres. Histoire du capitalisme d'édition. 1880-1920*. Paris: Fayard, 1988.
- MOLLIER, J. Y. L'emergence de la culture de masse dans le monde. In: MOLLIER, J. Y., SIRINELLI, J.-F., VALLOTTON, F. (orgs.). *Culture de masse et culture médiatique en Europe et dans les Amériques. 1860-1940*. Paris: PUF, 2006.

ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira*. Cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Editora brasiliense, 1994.

ORTIZ, R.; RAMOS, J. M. Produção. In: Ortiz, R; Ramos, J. M. O. BORELLI, S. H. S. *Telenovela. História e produção*. São Paulo: Brasiliense, 1989.

ROLLAND, D. Brésil: une culture de masse tardive, liée à l'oralité et au changement de référents extérieurs. In: In: MOLLIER, J. Y.; SIRINELLI, J.-F.; VALLOTTON, F; (orgs.). *Culture de masse et culture médiatique en Europe et dans les Amériques. 1860-1940*. Paris: PUF, 2006.

SAPIRO, G. Le champ est-il national? La théorie de la différenciation sociale au prisme de l'histoire globale. In: *Théorie du champ*. Actes de la Recherche em Ciências Sociales. Paris: Seul, n. 200, Décembre, 2013.

Documentos

Gazeta de Notícias. Edição de 15 de janeiro de 1903; Edição de 09 de janeiro de 1908; Edição de 14 de janeiro de 1909; Edição de 16 de setembro de 1909.

Semanário O Tico-Tico, Edição de 25 de agosto de 1909.

Capítulo 11

ALMEIDA, M. A. de. Informação, Tecnologia e Mediações Culturais. *Revista Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 14, número especial, p. 184-200, 2009.

ALMEIDA, M. A. de. Mediação e Mediadores nos Fluxos Tecnoculturais Contemporâneos. *Informação & Informação*, Londrina, v. 19, n. 2, p. 191-214, mai/ago 2014.

ALMEIDA, M. A. de. Processos culturais & Convergências tecnossociais. *Revista do Centro de Pesquisa e Formação do SESC*. São Paulo: SESC, n.02, 2016.

ANDERSON, C. *Cauda longa*: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BURKE, P. *Uma história social do conhecimento vol. II*: da enciclopédia à Wikipédia. Rio de Janeiro, Zahar, 2012.

CASTELLS, M. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, D. de (org.) *Por uma outra comunicação*: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003, p. 255-288.

CHINEN, N. *O papel do negro e o negro no papel*: representação e representatividade dos afrodescendentes nos quadrinhos brasileiros. Tese (Doutorado). Escola de Comunicação e Artes – Universidade de São Paulo, 2013.

ECO, U. *Lector in fabula*. São Paulo: Perspectiva, 1986.

- ECO, U. O texto, o prazer, o consumo: Inovação no seriado. In: *Sobre os espelhos e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989, pp. 100-109 e 120-139.
- ELLIS, W. *Frequência Global*. Panini Books: Barueri (SP), 2009 (vol. 1) e 2012 (vol. 2).
- ELLIS, W. *Transmetropolitano: de volta às ruas*. Panini Books: Barueri (SP), 2010.
- ELLIS, W. *Planetary*. Panini Books: Barueri (SP), 2013a (vol. 1), 2013b (vol. 2), 2014a (vol. 3), 2014b (vol. 4).
- GENETTE, G. *Paratextos editoriais*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2009.
- GIMENEZ MENDO, A. *Histórias em quadrinhos: impresso vs Web*. São Paulo, Editora UNESP, 2008.
- HALL, S. A centralidade da cultura: Notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 22, n. 2, p. 15-46, 1997.
- HALL, S. Que negro é esse na cultura negra? In: SOVIK, L.; (org.) *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, p. 335-349, 2003.
- HALL, S. *Cultura e representação*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.
- HJARVARD, S. *A midiatização da cultura e da sociedade*. Porto Alegre: Ed. Unisinos, 2014.
- JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.
- LÉVY, P. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34 Letras, 1998.
- MARTEL, F. *Smart: o que você não sabe sobre a internet*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.
- MARTÍN-BARBERO, J. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonia*. México: Gustavo Gili, 1987.
- MCCLLOUD, S. *Desvendando os quadrinhos*. São Paulo: MBooks do Brasil, 2005.
- MCCLLOUD, S. *Reinventando os quadrinhos*. São Paulo: MBooks do Brasil, 2006.
- SCOLARI, C. A. Narrativas transmídias: Consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea. *Revista PARÁGRAFO* v. 1, n. 3, p. 7-19, jan/jun 2015.
- VERGUEIRO, W. C. S.; SANTOS, R. E. dos (orgs.). *A história em quadrinhos no Brasil: Análise, evolução e mercado*. São Paulo: Editora Laços, 2011.
- VERONEZI CAPPELLARI, M. S. *Quadrinhos na Internet: abordagens e perspectivas*. Porto Alegre: Asterisco, 2010

WILLIAMS, R. *Cultura*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

WOLTON, D. *Internet, e depois?* Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003.

Sites

Catarse <<https://www.catarse.me/>>.

Geledés-HQ <https://www.geledes.org.br/tag/hq/#gs.LbFw8_8>.

Lady's Comics <<http://ladyscomics.com.br/>>.

Minasnerds <<http://minasnerds.com.br/>>.

Omelete <<https://omelete.uol.com.br/quadrinhos/noticia/pantera-negra-jornalista-e-escritor-ta-nehisi-coates-sera-o-roteirista-da-nova-serie-da-marvel/>>.

Social Comics <<https://www.socialcomics.com.br/>>.

Capítulo 12

A BOLHA. *Por dentro da Bolha*. Disponível em: <http://www.abolhaeditora.com.br/index.php/abolha/>. Acesso em: 5 ago. 2015.]]

AMUCHÁSTEGUI, L. Lo primero es la FLIA. *Lamás Médula*, n. 2, 2009. Disponível em: <http://www.revistalamasmedula.com.ar/nro2/nota3.htm>. Acesso em: 15 abr. 2016.

ARRUTI, J. M. *Etnogeografia Pankararú: antropologia das políticas de identidade num território indígena do Nordeste*, s.e., s.l., 1994.

ARRUTI, J. M. “Morte e vida do Nordeste indígena: a emergência étnica como fenômeno histórico regional”. *Estudos Históricos*, v. 8, n. 15, 1995, p. 57-94.

ARRUTI, J. M. *Mocambo: antropologia e história do processo de formação quilombola*. Bauru: Edusc, 2006.

BARTOLOMÉ, M. A. As etnogêneses: velhos atores e novos papéis no cenário cultural e político, *Maná*, v. 12, n. 1, 2006.

BENJAMIN, W. Sobre o conceito da história. In: *Obras escolhidas, volume 1*. Magia e técnica, arte e política. Ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1987.

BOURDIEU, P. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

BOURDIEU, P. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. Porto Alegre: Zouk, 2006.

- BOURDIEU, P. Capital simbólico e classes sociais, *Novos Estudos*, n. 96, jul. 2013.
- BUENO, S. S. En un lugar de la ‘Mancha’... Procesos de control de calidad del texto, libros de estilo y políticas editoriales. *Panace@*, v. VI, n. 21-22, set.-dez., 2005.
- CASABELLA, H.; BARROZO, K. “Prólogo”. In: MANGIERI, José Luis. *Es rigurosamente cierto*. Buenos Aires: Libros del Rojas, 2004.
- CHARTIER, R. *A história cultural: entre práticas e representações*. Difel: Lisboa; Bertrand Brasil: Rio de Janeiro, 1990.
- DE BENEDETTI, D. A. “Contenido y forma de una coraza”. In: TUÑÓN, Raúl González. *La Rosa Blindada*: edición facsimilar. Buenos Aires: Biblioteca Nacional, 2014.
- FLIA. *Feria del Libro Independiente*. FLIA: Buenos Aires, 2006.
- GUZMAN, L. G. *Internacional Errorista*. Disponível em: <https://loretogaringuzman.wordpress.com/internacional-errorista/>. Acesso em: 10 mar. 2016.
- INDIJ, G. Sobre los libros de papel y el riesgo de la desaparición de una industria. *Gazpacho*, n. 6, jun. 2011.
- MUNIZ JR., J. de S. (a) *Girafas e bonsais*: editores “independentes” na Argentina e no Brasil (1991-2015). Tese (Doutorado em Sociologia). São Paulo: Universidade de São Paulo, 2016.
- MUNIZ JR., J. de S. (b) Os sentidos sociais da produção cultural independente: usos e abusos de uma noção instável, *Parágrafo*, v. 4, n. 1, jan.-jun. 2016, p. 107-117.
- MUNIZ JR., J. de S. Itinerarios de una identidad voluble: el debate sobre la edición ‘independiente’ en Francia y Brasil, *Orbis Tertius*, v. XX, n. 21, 2015, p. 145-158.
- PALMEIRO, C. *Desbunde y felicidad*: de la Cartonera a Perlongher. Buenos Aires: Título, 2010.
- PEREIRA, N. Pequenos admiráveis. *Azul Magazine*, mar. 2015. p. 135.
- RECK, M. Copys: derecha o izquierda? *Gazpacho*, n. 6, jun. 2011.
- SORÁ, G. Tempo e distâncias na produção editorial de literatura, *Maná*, v. 3, n. 2, 1997.
- TILLY, C. *From Mobilization to Revolution*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1978.
- VANOLI, H. *Por una sociología del espacio editorial. Cuatro modelos de edición literaria en Argentina en el siglo XX*. Tese (Mestrado em Ciências Sociais). Buenos Aires: UBA, 2010.

VARELLA, J. O que é uma editora independente? *Trilhos Urbanos*, 16 ago. 2014. Disponível em: <http://www.trilhosurbanos.com/2014/08/e-uma-editora-independente/>. Acesso em: 17 jun. 2015.

VARELLA, J. Feira Plana: vocês não estão entendendo nada, *Trilhos Urbanos*, 7 mar. 2015. Disponível em: <http://www.trilhosurbanos.com/2015/03/feira-plana-voce-ao-estao-entendendo-nada/>. Acesso em: 17 jun. 2015.

WACQUANT, L. Poder simbólico y fabricación de grupos: cómo reformula Bourdieu la cuestión de las clases. *Herramienta: debate y crítica marxista*, n. 52, mar. 2013.

WILLIAMS, R. Tradições, instituições e formações. In: WILLIAMS, Raymond *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

WILLIAMS, R. *Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade*. São Paulo: Boitempo, 2007.

WINIK, M. Experimento FLIA, In: *Actas de las Jornadas “Producción cultural, nuevos saberes e imaginarios en la sociedad argentina contemporánea, a la luz de la globalización”*, Instituto de Investigaciones Gino Germani: Buenos Aires, 2010, p. 2. Disponível em: <http://webiigg.sociales.uba.ar/globalizacioncultural/act-academicas/jornadas2010/mesa3/mesa3-Winik.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2016.

Capítulo 13

BARBOSA, A. A cidade em foco. *Revista Videomaker*. São Paulo, v. 22, p. 32-34, 20 set. 1998.

BELLAVANCE, G. Mentalidades urbana, mentalidades fotográficas. In: *Cadernos de Antropologia e Imagem*. Rio de Janeiro, v. 4 – A Cidade em Imagens, 1997.

BELLAVANCE, G. Proximidade e distância da cidade: a experiência da cidade e suas representações. *Interseções: Revista de estudos interdisciplinares*. Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 67-86, 1999.

BENJAMIN, W. *Coleção Grandes Cientistas Sociais*. In: KOTHE, F. R. (org.). São Paulo: Editora Ática, 1991.

BENJAMIN, W. O narrador: Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: BENJAMIN, W. *Obras Escolhidas – Magia e Técnica, Arte e Política – Ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Editora Brasiliense, 2012.

BRAGANÇA, F. Sugestões para quando voltares à monstruosa e muito cinematográfica Vila de São Sebastião. In: *Imaginários cariocas: a representação do Rio de Janeiro no cinema*. Curadoria Imaginários Cariocas: Catálogo de Mostra de Cinema. Caixa Cultural, 2015.

CASAS Marcadas. Direção: Adriana Barradas, Alessandra Schimite, Ana Clara Chequetti, Carlos R. S. Moreira (Beto), Éthel Oliveira e Juliette Lizeray.

- Documentário. Rio de Janeiro: MP2 Produções, 2013. 10 min. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=xao_4b8DJ_k. Acesso em: 3 fev. 2018.
- CENTRO AFRO CARIOCA DE CINEMA. Zózimo Bulbul. Disponível em: <http://afrocariocadecinema.org.br/zozimo-bulbul/>. Acesso em: 3 fev. 2018.
- COLETIVO CRUA. Sinopse do filme Óna na descrição do vídeo. 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GduRE9meXTg&t=87s>. Acesso em: 3 fev. 2018.
- COLETIVO CRUA. Sobre. Disponível em: https://www.facebook.com/pg/coletivocrua/about/?ref=page_internal. Acesso em: 3 fev. 2018.
- COMOLLI, J. L. A cidade filmada. In: *Cadernos de Antropologia e Imagem*. Rio de Janeiro, Volume 4 – A Cidade em Imagens, 1997.
- CORPO da Cidade. Direção: Thiago Saldanha. Videodança. Rio de Janeiro, 2014. 12 min.
- CRUZ, R. Entrevista com os atores do filme Óna do Coletivo CRUA. Produção: Coletivo CRUA. Rio de Janeiro: Coletivo CRUA, 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VmYyyfiadA0>. Acesso em: 3 fev. 2018.
- ELEKÔ. Produção: Mulheres de pedra. Ficção. Rio de Janeiro, 2015. 5 min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gyGOrI3KIbw>. Acesso em: 3 fev. 2018.
- ESSE amor que nos consome. Direção: Allan Ribeiro. Ficção. Rio de Janeiro: Vitrine Filmes, 2012. 80 min.
- FLOR e espinho. Produção: Coletivo CRUA. Ficção. Rio de Janeiro: Coletivo CRUA, 2015. 4'50 min. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_wrEz-PHN3I. Acesso em: 3 fev. 2018.
- GORELIK, A. A cidade decifrada – Prefácio à edição brasileira. In: SARLO, Beatriz. *A cidade vista: mercadorias e culturas urbanas*. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2014.
- KRACAUER, S. *O ornamento da massa*. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
- KRACAUER, S. *De Caligari a Hitler: historia psicológica del cine alemán*. Barcelona: Paidós, 1985.
- MENNEL, B. *Cities and Cinema*. NY: Routledge, 2008.
- MORRO da Conceição. Direção: Cristiana Grumbach. Documentário. Brasil, 2005. 86 min.
- A MORTE de J. P. Cuenca. Direção: João Paulo Cuenca. Ficção. Brasil, 2015. 90 min.
- PEDRA que samba. Direção: Camila Agustini e Roman Lechapelier. Documentário. Rio de Janeiro, 2015. 10 min.

PINAZZA, N.; BAYMAN, L. *World Film Locations São Paulo*. UK: Intellect Books, 2013.

O PORTO. Direção: Clarissa Campolina, Júlia de Simone, Luiz Pretti e Ricardo Pretti. Experimental. Brasil, 2013. 20 min.

PORTO da Pequena África. Direção: Claudia Mattos. Documentário. Rio de Janeiro, 2014. 77 min.

O PORTO do Rio. Direção: Pedro Évora e Luciana Bezerra. Documentário. Rio de Janeiro, 2015. 85 min.

ÔNA. Produção: Coletivo CRUA. Ficção. Rio de Janeiro: Coletivo CRUA, 2014. 5 min. Disponível em: <https://vimeo.com/103524238>. Acesso em: 3 fev. 2018.

SARLO, B. *A cidade vista: mercadorias e culturas urbanas*. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2014.

SIMMEL, G. As grandes cidades e a vida do espírito (1903). *Mana*, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 577-591, out. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93132005000200010&lng=pt&nrm=i-so>. Acesso em: 03 fev. 2018. ISSN 0104-9313. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-93132005000200010>.

SIMMEL, G. O estrangeiro. In: *RBSE*, v. 04, nº 12. João Pessoa: GREM, 2005. Disponível em: <<http://www.cchla.ufpb.br/grem/SIMMEL.O%20estrangeiro.Trad.Koury.rbsedez05.pdf>>. Acesso em: 03 fev. 2018.

Capítulo 14

ÁGUEDA, A. A. *O fotógrafo lambe-lambe: guardião da memória e cronista visual de uma comunidade*. Tese de Doutorado em Ciências Sociais, UERJ, 2008.

BAXANDALL, M. *Padrões de intenção: a explicação histórica dos quadros*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

BERGAMO, A. Reportagem, memória e história no jornalismo brasileiro. *Mana*. Rio de Janeiro: UFRJ, v. 17, no. 2, pp. 233-269, 2011.

BOURDIEU, P. (org.). *Un art moyen: essai sur les usages sociaux de la photographie*. Paris: Ed. de Minuit, 1965.

BOURDIEU, P. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

BOURDIEU, P; BOURDIEU, M.-C. O camponês e a fotografia. *Revista de Sociologia e Política*. Curitiba, n. 26, jun., pp. 33-39, 2006.

BRAGA, G. G. *Retratos da benção: usos da fotografia entre as benzedeiros de Campo Largo*. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social, UFPR, 2010.

CHARTIER, R. *Do livro à leitura*. As práticas urbanas do impresso (1660-1780). Leituras e Leitores na França do Antigo Regime. São Paulo: Editora da Unesp, pp. 173-234, 2004.

JONAS, I. Mentiras e verdades do álbum de fotos de família. *Cadernos de Antropologia e Imagem*, n. 2, UERJ, 1996.

LAHIRE, B. *Sucesso escolar nos meios populares: as razões do improvável*. São Paulo: Ática, 2008.

MARTINS, J. de S. *Sociologia da fotografia e da imagem*. São Paulo: Contexto, 2017.

Capítulo 15

ANDREUCCI, F. A difusão e a vulgarização do marxismo?. In: HOBBS-BAWM, E. (org.). *História do marxismo, v. 2*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989. p. 15-75.

ANTUNES, R. Entrevista. In: BASTOS, E. et al. *Conversas com sociólogos brasileiros*. São Paulo: Ed. 34, 2006. p. 437-453.

ARRUDA, M. A. do N. *Metrópole e cultura*. São Paulo/Bauru: Edusc, 2001.

GOLDENSTEIN, G. A noite da madrinha: transfiguração histórica e transfiguração teórica. *Novos Estudos CEBRAP*, São Paulo, v. 11, p. 124-141, 1975.

BOSCHETTI, A. *Ismes*. Paris: CNRS Editions, 2014.

BOURDIEU, P. *Sociologie générale*. Paris: Editions du Seuil, 2015.

BOURDIEU, P. Systèmes enseignement et systèmes de pensée. *Revue internationale de Sciences Sociales*. Paris, v. 19, n. 3, p. 367-388, 1967.

BOURDIEU, P.; SAINT MARTIN, M. Les catégories de entendement professoral. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Paris, v. 1, n. 3, p. 68-93, mai 1975.

BOURDIEU, P. *Homo academicus*. Paris: Minuit, 1984.

BRUN, E. *Les situationnistes. Une avant-garde totale*. Paris: CNRS Éditions, 2014.

CASTRO, M. W. de. As deduções amalucadas. *Jornal do Brasil*, 17 de outubro de 1995.

CARONE, E. *O marxismo no Brasil (das origens a 1964)*. Rio de Janeiro: Dois Pontos, 1986.

COUTINHO, C. N. Entrevista. In: NOBRE, M., REGO, J. M. *Conversas com filósofos brasileiros*. São Paulo: Ed. 34, 2006. p. 373-400.

COLLIOT-THÉLÈNE, C. Le matérialisme historique a aussi une histoire. *Actes de la recherche en sciences sociales*, Paris, n. 55, p. 15-21, 1984.

DE SWAAN, A. The Emergent World Language System, *International Political Science Review*, V. 14, n° 3, 1993, et Id. Words of the World: The Global Language System, Cambridge, Polity Press, 2001, p.219-226.

ELIAS, N. Scientific establishments. In: ELIAS, N.; MARTINS, E.; WHITLEY, R. (orgs.). *Scientific Establishments and Hierarquies*. Dordrecht: D. Rieder, 1982. p. 130-165.

FERNANDES, F. Obra de Caio Prado nasce da rebeldia moral. *Folha de S. Paulo*, 7 set. 1991.

FERNANDES, F. A visão do amigo. In: D'INCAO, M. (org.) *História e ideal*. São Paulo: Unesp/Brasiliense, 1989. p. 27-40.

FERNANDES, F. “Os enigmas do círculo vicioso”. In: *História e desenvolvimento: a contribuição da historiografia para a teoria e prática do desenvolvimento brasileiro*. São Paulo: Brasiliense, 1999. p. 5-12.

FERNANDES, F. Memória: entrevista – Florestan Fernandes. *Perseu Abramo*, n. 13, 1991.

GENETTE, G. *Paratextos editoriais*. Cotia: Ateliê, 2009.

GIANNOTTI, J. A. Correspondência para João Cruz Costa. Paris, 28/10/1957.

GINGRAS, Y. Les formes spécifiques de l'internationalité du champ scientifique. *Actes de la recherche en sciences sociales*. Paris, n. 141, p. 31-45, 2002.

GOUARNÉ, I. *L'introduction du marxisme en France. Philosoviétisme et sciences humaines (1920-1939)*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes, 2013.

GOLDSCHMIDT, V. Tempo histórico e tempo lógico na interpretação dos sistemas filosóficos”. In: *A religião de Platão*. São Paulo: Difel, 1963. p. 139-147.

GUEROULT, M. Leçon inaugurale. Paris, Collège de France, Chaire d'Histoire et technologie des systèmes philosophiques, 04 de dezembro de 1951.

HAUPT, G. Marx e o marxismo. In: HOBBSBAWM, E. (org.). *História do marxismo, v. 1. O marxismo no tempo de Marx*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.p. 347-377.

HEILBRON, J. Pionniers par défaut? Les débuts de la recherche au Centre d'études sociologiques (1946-1960). *Revue française de sociologie*, Paris, n. 32, p. 365-379, 1991. EILBRON, J. Translation as a cultural world system. *Perspectives: Studies in Translatology*. NY, v. 8, n. 1, 9-26, 2000.

HEILBRON, J.; GUILHOT, N.; JEANPIERRE (2008). “Toward a transnational history of the social sciences”. *Journal of the History of the Behavioral Sciences*, 44 (2): 146-160.

- HOBBSAWM, E. A fortuna das edições de Marx e Engels. In: HOBBSAWM, E. (org.). *História do marxismo, v. 1. O marxismo no tempo de Marx*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.p. 423-443.
- HOBBSAWM, E. A cultura europeia e o marxismo entre o século XIX e o século XX. In: HOBBSAWM, E. (org.). *História do marxismo, v. 2*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989. p. 15-75.
- KEINERT, F. *Cientistas sociais entre ciência e política (Brasil, 1968-1985)*. Tese de doutorado, FFLCH-USP, 2011.
- MICELI, S. *Intelectuais à brasileira*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- MATONTI, F. *Intellectuels communistes. Essai sur l'obéissance politique. La Nouvelle Critique (1967-1980)*. Paris: La Découverte, 2005.
- MATONTI, F. "Crises politiques e reconversions: mai 68". *Actes de la recherche en sciences sociales*, Paris, v. 3, n. 158, p. 4-7, 2005.
- MATONTI, F.; POUPEAU, Franck. "Le capital militant. Essai de définition". *Actes de la recherche en sciences sociales*, Paris, v. 5, n. 155, p. 4-11, 2004.
- MICELI, S. *A noite da madrinha*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- MOLLIER, J. Y. "Marx et la France". In: CHARLE, C.; JEANPIERRE, L. *La vie intellectuelle en France. Vol 1. – Des lendemains de la Révolution à 1914*. Paris: Éditions du Seuil, 2016. p. 343-349.
- MOLLIER, J. Y.; MIDORI, M. M. (orgs). *Edição e Revolução: Leituras Comunistas no Brasil e na França*. São Paulo: Ateliê, 2013.
- NOVAIS, F. Entrevista. In: MORAES, J. G. V.; REGO, J. M. (orgs.). *Conversas com historiadores brasileiros*. São Paulo: Ed. 34, 2000.
- RODRIGUES, L. M. O PCB: os dirigentes e a organização. In: FAUSTO, B. (org.). *História geral da civilização brasileira*. O Brasil republicano. São Paulo: Difel, v. 3, t. 3, 1981. p. 363-433.
- RODRIGUES, L. S. *A produção social do marxismo universitário em São Paulo (1958-1978)*. Tese (Doutorado em História). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.
- RODRIGUES, L. S. *Florestan Fernandes: interlúdio (1969-1983)*. São Paulo: Hucitec, 2010.
- RODRIGUES, L. S. Relatório Fapesp. As regras da subversão. Processo 2012/21960-0, 2015.
- RODRIGUES, L. S. Leitores e leituras acadêmicas de Karl Marx (São Paulo, 1958-1964). *Intelligere*, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 1-19, 2016.
- RODRIGUES, L. S. Marx em três tempos de Florestan. *Dois pontos*, Curitiba, v. 13, n. 1, p. 89-109, 2016a.

RODRIGUES, L. S. Centralidade de um cosmopolitismo periférico: a ‘Coleção Grandes Cientistas Sociais’ no espaço das ciências sociais brasileiras. Aprovação com publicação prevista para 2018.

RODRIGUES, L. S. Marxism in Brazilian university: What a ranking has to say. Varsóvia, International Sociological Association. Research Committee on History of Sociology, 6 a 8 de julho, 2016b.

RODRIGUES, L. S. Giannotti contra Althusser: un caso de cosmopolitismo periférico (Brasil/San Pablo, 1967). In: ARRIAGADA, M. R.; STARCENBAUM, M. (orgs). *Lecturas de Althusser en América Latina*. Santiago do Chile, Doble Ciencia Limitada, 2017. p. 30-55.

RODRIGUES, L. S. Homens e línguas do marxismo brasileiro. Apresentação oral e anais do 18º Congresso Brasileiro de Sociologia, Brasília, 2017a.

RODRIGUES, L. S. Rivalidades científicas e metropolitanas: São Paulo e Rio de Janeiro, Sociologia e Ciência Política. Urbana: Urban Affairs and Public Policy, v. XVIII, p. 71-95, 2017.

SADER, E. Nós que amávamos tanto O capital. *Praga*, São Paulo, n. 1, 1996.

SAPIRO, G. Le champ est-il national? La théorie de la différenciation sociale au prisme de l’histoire globale. *Actes de la recherche en sciences sociales*, Paris, v. 5, n. 200, p. 70-85, 2013.

SAPIRO, G. Translation and the field of publishing. A commentary on Pierre Bourdieu’s A conservative revolution in publishing. *Translation studies*, v. 1, n. 2, 2008, p. 154-166.

SAPIRO, G. *L’espace intellectuel en Europe*. Paris: La Découverte, 2009.

SAPIRO, G. Vie des idées en France et échanges éditoriaux internationaux. In: CHARLE, C.; JEANPIERRE, L. *La vie intellectuelle en France*, v. 1. Paris: Éditions du Seuil, 2016.

SAPIRO, G. Introduction”. In. *Sciences humaines en traduction. Le livre français aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et en Argentine*. Paris, 2014, Institut Français (Volume disponível on-line em e-pub: <http://cse.ehess.fr/index.php?2104>). (p. 1-13).

SAPIRO, G.; SANTORO, M. On the social life of ideas and the persistence of the author in the social and the human sciences. *Sociologica*, Bologna, n. 1, p. 1-13, 2017.

SCHWARZ, R. *Um seminário Marx*. Sequências brasileiras. São Paulo: Companhia das Letras, 1999 (originalmente publicado em *Folha de S. Paulo*, 08/10/1995).

SOULIÉ, C. Anatomie du goût philosophique. *Actes de la recherche en sciences sociales*, v. 3, n. 109, p. 3-28. 1995.

TARCUS, H. *Marx en la Argentina. Sus primeros lectores obreros, intelectuales y científicos*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2007.

WERNECK DE CASTRO, M. *As deduções amalucadas*. A máscara do tempo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996 (originalmente publicado em *Jornal do Brasil*, 17/10/1995).

YMONET, M. Les héritiers du *capital*. L'invention du marxisme en France au lendemain de la Commune. *Actes de la recherche en sciences sociales*, Paris, n. 55, p. 3-14, 1984.

INFORMAÇÕES SOBRE OS AUTORES

Edson Silva de Farias (org.)

Pesquisador do CNPq. Atualmente é professor adjunto do Departamento e do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade de Brasília. Professor associado do Programa de Pós-Graduação em Memória: Sociedade e Linguagem da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. Autor dos livros: *Retas que prosseguem em curvas: Tensões nos usos do contexto metropolitano brasileiro*; *Faces contemporâneas da cultura popular*; *Ócio e negócio: festas populares e entretenimento-turismo no Brasil*; *Práticas culturais nos fluxos e redes da sociedade de consumidores*; *O mesmo e o diverso: olhares sobre cultura, memória e desenvolvimento*; *O desfile e a cidade: o carnaval-espetáculo carioca*. Lidera o Grupo de Pesquisa em Cultura, Memória e Desenvolvimento (CMD/UnB). Editor da revista *Arquivos CMD*.

Dmitri Cerboncini Fernandes (org.)

Professor associado do Departamento de Ciências Sociais do ICH/UFJF e docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais – UFJF. Líder do grupo de pesquisa do CNPq Autoritarismo, Preconceito e Ideologia. Coordenador das pesquisas “A Cor do Samba: Movimentos Sociais e Música Popular (1970-1985)”, e “O autoritarismo na Contemporaneidade”. Autor de diversos artigos na área de Sociologia da Cultura e dos livros *Música e ciências sociais: para além do descompasso entre arte e ciência* (Prismas, 2016); *Sentinelas da tradição: a constituição da autenticidade no samba e no choro* (Edusp, 2018) e *As lógicas sociais do gosto* (FAP-Unifesp, 2019). Professor adjunto do Departamento de Ciências Sociais do ICH/UFJF. Líder dos grupos de pesquisa do CNPq “Música Popular e Intelectuais” e “Autoritarismo, Preconceito e Ideologia”. Coordenador das pesquisas “A Cor do Samba:

Movimentos Sociais e Música Popular (1970-1985)”, e “O autoritarismo na Contemporaneidade”. Editor Assistente (Sociologia) da *Revista Brasileira de Ciências Sociais (RBCS)*. 1.º Lugar no Prêmio CAPES de Teses de 2011, área de Sociologia. Vencedor do prêmio de melhor tese de doutorado do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade de São Paulo (2010).

Bruno Gontyjo do Couto (org.)

Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade de Brasília (PPGSOL-UnB) e secretário executivo do grupo de pesquisa “Cultura, Memória e Desenvolvimento “(CMD/UnB), além de editor da revista *Arquivos do CMD*. Coordena o projeto de pesquisa “Memórias e identidade(s) da metrópole: cartografando espaços de significações no Distrito Federal”, promovido pelo PPGSOL-UnB e pela Fundação de Apoio à Pesquisa do Distrito Federal (FAP-DF). Foi professor voluntário do Departamento de Sociologia da UnB entre 2016 e 2017. Autor dos capítulos: From Planned City to a Pulverized Metropolis: the popular-informal scene in Brasília e Brasília, uma nova capital para um novo país.

Gláucia Villas-Bôas

Professora titular da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Integra o Departamento de Sociologia e o colegiado do Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia. No ano de 2016 publicou, em parceria, *Georg Simmel: arte e vida, Arte e vida social: pesquisas recentes no Brasil e na França*, além de *Um vermelho não é um vermelho: estudos sociológicos sobre as artes visuais*.

Maria Celeste Mira

Livre-docente em Antropologia e Sociologia da Cultura pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2014). Professora do Departamento de Antropologia e do Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais da PUC/SP. É autora dos livros *Entre a beleza do*

morto e a cultura viva: mediadores da cultura popular na São Paulo da virada do milênio (2016); *O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX* (2001); e *Circo eletrônico: Silvio Santos e o SBT* (1995). É líder do Grupo de Estudos de Práticas Culturais Contemporâneas (GEPRACC).

Maria Salete Nery

Professora adjunta da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da mesma instituição. É líder do Grupo de Pesquisa Corpo, Socialização e Expressões Culturais (ECCOS/UFRB) e pesquisadora do Grupo Cultura, Memória e Desenvolvimento (CMD/UnB). É autora, em parceria, do livro *Memória e expressões culturais: tessitura entre tempos e fazeres* (2015) e do ensaio O Nordeste e o mercado nacional de fragrâncias: notas para um mapa da produção/consumo de perfumes no Brasil (2017).

Ilana Seltzer Goldstein

Professora no Departamento de História da Arte na Universidade Federal de São Paulo (Unifesp), responsável pelas disciplinas História da Arte Ameríndia e Antropologia e Arte, além de colaborar no Laboratório de Curadoria e Gestão Cultural. É co-coordenadora da Cátedra Kaapora, voltada à valorização de conhecimentos e formas expressivas tradicionais e não-hegemônicos dentro da universidade; co-coordenadora do grupo de estudos Práticas Artísticas, Antropologia e Etnografia (PRAEA); e vice-chefe do Departamento de História da Arte.

Miqueli Michetti

É professora adjunta do Departamento de Ciências Sociais do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal da Paraíba (DCS/CCHLA/UFPB). Tem bacharelado e licenciatura em Ciências Sociais pela Universidade Estadual Paulista (FCLAr/UNESP), mestrado em Sociologia pela mesma universidade, doutorado

em Sociologia pelo Programa de Pós-graduação em Sociologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas (IFCH/UNICAMP), com estágio de doutorado junto à École des Hautes Études en Sciences Sociales de Paris (EHESS), e realizou pós-doutorado no Institute of Latin American Studies da Columbia University.

Michel Nicolau Netto

Professor do Departamento Sociologia do IFCH/Unicamp. É membro do Grupo de Estudos de Práticas Culturais Contemporâneas (GEPRACC), PUCSP, e líder do Grupo de Estudos em Pierre Bourdieu (GEBU), Unicamp. É autor dos livros *Música brasileira e identidade nacional na mundialização* (2009) e *O discurso da diversidade e a World Music* (2014).

Elder Patrick Maia Alves

Professor adjunto do Instituto de Ciências Sociais (ICS) da Universidade Federal de Alagoas (UFAL) e professor do Programa de Pós-Graduação em Sociologia (PPGS-UFAL). Membro do grupo de pesquisa Cultura, Memória e Desenvolvimento (CMD/UnB). Em 2011 publicou o livro *A Economia Simbólica da Cultura Popular Sertanejo-Nordestina*, vencedor do Prêmio de Pesquisa em Cultura “Políticas Públicas de Cultura”, do Ministério da Cultura (MinC), e do Prêmio Estudos e Pesquisas sobre Arte e Economia da Arte no Brasil, da Fundação Bienal de São Paulo. Em 2018, publicou a segunda edição do livro *Sociologia de um gênero: o baião*, lançado pelo IPHAN.

Márcia Tosta Dias

Professora adjunta IV do Departamento de Ciências Sociais da Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP), Campus Guarulhos. É pesquisadora do Grupo de Pesquisa História e Música (UNESP) e do Grupo de Estudos de Sociologia da Comunicação e dos Media (GECOM/

UNIFESP). Dentre outras áreas de interesse estão o ensino público superior e a memória institucional. Em 2008, publicou a reedição do livro *Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*.

Andréa Borges Leão

Professora do Departamento de Ciências Sociais e do PPGS da Universidade Federal do Ceará. Líder do G.E.C. A (Grupo de Estudos em Cultura e Arte), junto com Enio Passiani (UFRGS). Participa dos grupos temáticos de pesquisa Processos Civilizadores, sobre a obra de Norbert Elias, *La circulation transatlantique des imprimés et la mondialisation de la culture au XIXe siècle (1789-1914)*, coordenado por Márcia Abreu (IEL/ Unicamp) e Jean-Yves Mollier (UVSQ), e do grupo de pesquisa Cultura, Memória e Desenvolvimento, coordenado por Edson Farias (UnB). É autora dos livros *Brasil em imaginação – Livros, impressos e leituras infantis (1890-1915)*, de 2012 e *Norbert Elias e a Educação*, de 2007.

Marco Antônio de Almeida

Livre-docente em Ciência da Informação e Documentação pela USP. Atualmente, é professor da Universidade de São Paulo, no curso de Ciências da Informação e Documentação da FFCLRP-USP. Também é professor e orientador no programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da ECA-USP. Líder do PRACTIC – Grupo de Estudos de Práticas Culturais e Tecnologias de Informação e Comunicação. Pesquisa e trabalha principalmente nas seguintes áreas: teoria social da comunicação e da informação; mediação e ação cultural; sociologia da cultura, sociabilidade e novas tecnologias; políticas culturais e da informação. É autor do livro *Ciência da Informação e Literatura: práticas e reflexões* (2012), além de ter publicado recentemente os artigos Políticas culturais & ciência da informação: diálogos e desafios (*Ciência da Informação Online*, 2016) e Reconfigurações da nostalgia e do autêntico: memórias, patrimônios e tecnologias (*Arquivos do CMD*, 2016).

José Muniz Jr.

Atualmente realiza estágio de pós-doutorado no Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Estadual do Ceará (UECE), na linha de pesquisa Cultura, diferença e desigualdade. Membro da Latin American Studies Association (LASA), da Sociedade Brasileira de Sociologia (SBS) e da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). É um dos coordenadores do Laboratório de Escritas Profissionais e Processos de Edição (LABEPPE), sediado na Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). É também vice-líder do CULT.COM (Grupo de Pesquisa em Políticas de Cultura e Comunicação), sediado na UECE.

Ana Paula Alves Ribeiro

Professora adjunta do Departamento de Formação de Professores e do Programa de Pós-Graduação em Educação, Cultura e Comunicação (PPGECC) da Faculdade de Educação da Baixada Fluminense (UERJ). Faz parte da coordenação colegiada do Museu Afro Digital Rio (UERJ), colabora com o Núcleo de Estudos Afro-brasileiros (UERJ) e é pesquisadora dos seguintes grupos: Grupo de Análises de Políticas e Poéticas Audiovisuais (GRAPPA/UERJ); Museu Afro-Digitais, Relações Raciais e Artes Visuais (UERJ) e do Núcleo de Pesquisa em Cultura, Identidade e Subjetividade (CULTI/UFRRJ). Organizou os livros *Madureira em suas encruzadas: memória, território e identidade* (2016) e *História e a cultura africana e afro-brasileira na escola* (2014).

Alexandre Bergamo

Atualmente é professor adjunto do Departamento de Sociologia e Ciência Política da Universidade Federal de Santa Catarina. É líder do METROPOLIS – Laboratório de Pesquisa Social. Formado em Ciências Sociais pela Unicamp (1993), com ênfase em Antropologia. Possui mestrado (2000) e doutorado (2006) em Sociologia pela Universidade de São Paulo, área de concentração Sociologia da

Cultura. Realizou estágio de pós-doutorado na USP (2010-2011) e na Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines (2014-2015).

Lidiane Soares Rodrigues

Professora adjunta do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar/SP). Membro do Laboratório de Produção Acadêmica em Ciências Sociais (LAPA) do curso de Ciências Sociais da UFSCar. Também é membro do grupo de trabalho em História da Sociologia da ISA (Research Committee on the History of Sociology/International Sociological Association). É autora do livro *Florestan Fernandes: Interlúdio* (2010) e dos artigos *Leitores e leituras acadêmicas de Karl Marx (São Paulo, 1958-1964)* (2016) e *Marx em três tempos de Florestan* (2016).

INFORMAÇÕES GRÁFICAS

Formato: 16cm x 23cm

Mancha gráfica: 11cm x 18,5cm

Tipologia: Adobe Garamond Pro, Avenir

Papel: Offset 90g/m² (miolo) - Cartão Supremo 250g/m² (capa)

Tiragem: 500 exemplares

Impressão e acabamento: Css Editora Gráfica - Eireli - Me