

**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Renato Naves Prado

**Produções independentes em arte  
e comunicação como ferramentas  
para a construção de realidades sociais:  
estudos de caso no Brasil**

Renato Naves Prado **Produções independentes em arte e comunicação como ferramentas para a construção de realidades sociais: estudos de caso no Brasil**

UMinho | 2015

outubro de 2015



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Renato Naves Prado

**Produções independentes em arte  
e comunicação como ferramentas  
para a construção de realidades sociais:  
estudos de caso no Brasil**

Dissertação de Mestrado  
Mestrado em Comunicação, Arte e Cultura

Trabalho efetuado sob a orientação do  
**Professor Doutor Jean-Martin Rabot**

outubro de 2015

## DECLARAÇÃO

Nome

RENATO NAJES PRADOEndereço electrónico: RNPRADO@GMAIL.COM Telefone: +55 (62) 91031 6353Número do Bilhete de Identidade: FI 048449 (PASSAPORTE)Título dissertação  / tese Produções independentes em arte e comunicação como instrumentos para a construção de realidades sociais: estudos de caso no Brasil.

Orientador(es):

Professor Doutor Jean-Martin RabotAno de conclusão: 2015

Designação do Mestrado ou do Ramo de Conhecimento do Doutoramento:

Mestrado e Comunicação, Arte e Cultura.

Nos exemplares das teses de doutoramento ou de mestrado ou de outros trabalhos entregues para prestação de provas públicas nas universidades ou outros estabelecimentos de ensino, e dos quais é obrigatoriamente enviado um exemplar para depósito legal na Biblioteca Nacional e, pelo menos outro para a biblioteca da universidade respectiva, deve constar uma das seguintes declarações:

1. É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTA TESE/TRABALHO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;
2. É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO PARCIAL DESTA TESE/TRABALHO (indicar, caso tal seja necessário, nº máximo de páginas, ilustrações, gráficos, etc.), APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, , MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;
3. DE ACORDO COM A LEGISLAÇÃO EM VIGOR, NÃO É PERMITIDA A REPRODUÇÃO DE QUALQUER PARTE DESTA TESE/TRABALHO

Universidade do Minho, 19/10/2015Assinatura: Renato Najes Prado

## **Agradecimentos**

À minha família mais próxima, Nayana, Ícaro, Iracema e Inácio que estiveram comigo em praticamente todos os dias de pesquisa e escrevedura desta tese.

À família ascendente que nos apoiou em pensamento e em alicerce financeiro.

A tantas outras pessoas de diferentes culturas e planos de existência, colegas e situações inumeráveis que contribuíram de alguma forma para o feito deste trabalho.

E finalmente ao Professor Doutor Orientador Jean-Martin Rabot, pelo clareamento das ideias, indicações e conversas.

## **Produções independentes em arte e comunicação como ferramentas para a construção de realidades sociais: estudos de caso no Brasil.**

### **Resumo**

As realidades sociais são construções culturais complexas formadas por diversas camadas de trocas entre os seres humanos. As artes, clássicas e contemporâneas, desempenham um papel fundamental nessas construções porque adicionam a elas elementos que podem derivar de devaneios, sentimentos, desconfortos ou anseios. A comunicação social, de um modo geral, também desempenha papel semelhante uma vez que está engendrada, e ainda em expansão, no cotidiano das sociedades mediatizadas. Ambos são, em grande parte, processos remotos, ativos, passivos ou interativos de comunicação que auxiliam e sugerem interpretações sobre os mais diversos fatos sociais. Este trabalho consiste, mediante breve demonstração de camadas sociais da realidade e de processos de produção da verdade, analisar a produção e atuação de artistas e de meios de comunicação social fazendo uma divisão entre os grandes grupos de comunicação, em sua maioria, formados no século XX, e grupos que atuam de maneira independente, ou seja, sem vínculo com os grandes grupos. A evolução das tecnologias de comunicação e informação está intimamente ligada a mudanças importantes na organização social, a internet é a mais recente revolução neste setor. A arte, que também é difundida pelos media, é abordada em estudos de caso que visam ressaltar a importância, primeiramente, da expressão sensível e de seu potencial criativo e materializador, para depois deixar evidente o quão vital é que haja expressões que não estejam atrelados a grandes grupos financeiros que agem exclusivamente sob a lógica de mercado e de manutenção de uma situação que lhes seja favorável. As produções independentes em arte e comunicação são nichos, ainda que não de maneira exclusiva, de contestação social, de livre expressão, de exposição de ideias e sentimentos e, portanto, constituem parcela considerável das instâncias que constroem realidades sociais.

**Independent productions in art and communication as tools to build social realities:  
cases in Brazil.**

**Resume**

Social Realities are complex cultural constructions based in many layers of exchanges between human beings. Classical and contemporary arts play a fundamental role on these constructions by adding elements that can be results of dreaming, feelings, discomfort or yearnings. Social communications, in general, also plays a similar role on this context since it is an almost ubiquitous, and expanding, part of modern social living in mediated societies. Both, art and communication can be remote, active, passive or interactive ways of communicating that helps and suggests interpretations about countless social facts. This work consists, after a short introduction about social layers of realities and production processes of truth, in analyzing productions in art and social communications groups by dividing it between large communication groups, mostly built on the 20<sup>th</sup> century, and independent communications groups – and artists – that, as a premise, aren't owned or financed by the large ones. The development of communication and information technologies, and it can be seen across the history, are inwardly linked to important social organization changes, internet is the latest revolution in this area. Art, that is also widespread by social communications media, is approached along case studies in Brazil that aims for highlighting, in first place, the importance of its sensitive expression and its potential of creating and materializing ideas, and also to evidence how vital is to communities that free expressions continue occupying a special place and been protected from financial and large corporations matters. Independent productions in art and communication consist in a niche, not in a exclusive way, for social contestation, free expression, spread ideas or feelings and, therefore, they are considerable instances that builds social realities.

## Sumário

<b>Introdução</b> .....	7
<b>Capítulo 1: A Instituição da Realidade Humana</b> .....	<b>11</b>
1.1 - A Instituição da Verdade e a Versão Oficial dos Factos .....	13
1.2 - A Identificação e a Validação Social do Outro .....	16
1.3 – A Realidade Semi-Imaginária do Homem .....	20
1.4 - A Verdade na Construção Social Histórica: a aplicação em contextos específicos .....	23
<b>Capítulo 2: A Parcela da Comunicação Social nas Construções Culturais</b> .....	<b>26</b>
2.1 - Um Pouco Sobre a Atuação dos Grandes Media no Século XX .....	28
2.2 - O Impacto do Ciberespaço na Comunicação de Massa .....	30
2.3 - Produção dos Grandes Media <i>Versus</i> Produção Independente.....	32
2.4 - Produção Independente Através da Linguagem Fotográfica .....	35
<b>Capítulo 3: O Lago do Esquecimento: um livro de Paula Sampaio</b> .....	<b>40</b>
3.1 - As Questões Extraobra .....	41
3.2 - Descrição e análise de O Lago do Esquecimento .....	43
3.3 - As Fotos do Livro de Paula .....	48
3.4 - O Posicionamento do Livro de Paula no “Mercado” .....	53
3.5 - Paula entre a Independência e a Realidade .....	54
<b>Capítulo 4: Arte de Rua em Goiânia: a realidade não oficial expressa nas paredes</b> .....	<b>56</b>
4.1 - As Verdades Reguladas e o Manifesto Espontâneo .....	57
4.2 - Um Passeio Fotográfico Pelas Ruas de Goiânia ou <i>Streap Tease Your Self</i> .....	60
4.3 - Categorias e Códigos no Contexto Urbano do Ensaio em Goiânia: uma interpretação micro .....	69
4.4 - A Independência Temática e as Plataformas de Expressão .....	74
<b>Considerações Finais</b> .....	<b>79</b>
<b>Nota</b> .....	<b>81</b>
<b>Bibliografia</b> .....	<b>82</b>

## Introdução

A realidade é algo mais complexo do que um simples abrir de olhos, é preciso acredita-la. As sociedades se sustentam sobre alicerces culturais milenares que permitem uma gama de leituras sociais sobre um mesmo fato. Os agentes construtores dos pilares culturais são as pessoas e seu coletivo, o corpo social, em interação com o meio que os circunda, donde como parte integrante deve, assim como todas as outras partes, lutar pela sobrevivência. A sobrevivência será sempre uma questão base, mas existem infinitas questões outras que movem o espírito humano e tornam mais complexo o viver em sociedade. As artes de viver, necessárias diante do aglomerado cultural, são criadas e aperfeiçoadas pelos viventes mediante suas interações com a natureza, da qual os homens são mera parte constituinte.

O que este estudo pretende é empreender um esforço para discutir uma parcela dos agentes que atuam diretamente no *mercado de ideias sociais* e propõem interpretações para a realidade. O que chama a atenção para as manifestações que este trabalho tem como foco é que, historicamente, os agentes que hoje desempenham papéis importantes nas construções sociais não tinham, há duas décadas, acesso fácil a tecnologias da informação que amplificavam seus discursos. Os meios de comunicação de massa eram completamente controlados por grandes grupos de comunicação e/ou pelos governos, o que tornava as mensagens vinculadas demasiado parciais, não só pelo instinto básico de defender seus próprios interesses mas também pela quantidade reduzida de opiniões em face do contingente de pessoas capacitadas para tanto. Se a questão da parcialidade não é algo que se possa resolver diante de uma simples dialética, ou da soma das fontes emissoras, a multiplicação dos agentes que podem amplificar o alcance de suas mensagens pelo menos diversifica as interpretações e democratiza o acesso. Trata-se, portanto, de se questionar se a produção independente em comunicação e arte, com a evolução e a popularização dos meios mediáticos, poderá reivindicar um espaço cada vez maior e mais importante na construção das realidades sociais.

O mundo viu surgir, no século XX, grandes impérios mediáticos erguidos em forma de produtoras de filmes, de redes internacionais de notícias, de um, aparentemente, inesgotável universo televisivo e em suma, uma rede de comunicação complexa de difusão de conteúdos diversos com poucos donos e muitos espectadores. O domínio dos grandes grupos de comunicação é ainda evidente na segunda década do século XXI, mas há um universo paralelo na comunicação social que é cada vez maior, impulsionado principalmente pelo uso das facilidades logísticas e do potencial de alcance e compartilhamento da internet.



Os media não têm o poder absoluto de influenciar a população a ponto de fazê-la desempenhar qualquer papel social incoerente. É inegável, porém, que eles ocupam uma posição destacada no processo nomeado por Foucault como “regime de produção da verdade”. Gozam de credibilidade social, grandes audiências, são em si janelas que seduzem as pessoas que anseiam por fama e dinheiro – o grande “resolve problemas”. Têm, portanto, o poder de dar visibilidade aos mais diferentes aspectos sociais da maneira que lhes convêm. Se todo ser social possui e confere poder, as grandes instituições, por serem corpos sociais robustos, detêm e conferem mais poder.

A concentração de poder institucional/cultural dos media era (e ainda é) responsável, dentro do universo das artes – como instância de produção sensível, interpretadora e questionadora da realidade –, tanto por dar ampla visibilidade a assuntos puramente mercadológicos, ainda que travestidos de uma suposta face artística, quanto por esconder discursos de diferentes ordens expressos em manifestações artísticas ou mesmo em trabalhos de denúncia, de questionamento e de proposição social. Para se ter uma ideia dessa atuação dos media é possível evocar cenário mundial da comunicação em nível global na década de 1980 – há três décadas – que era quase completamente dominado pelos Grandes Media (grandes grupos mediáticos que controlam o mercado da comunicação). Um fenômeno independente comum no Brasil desta década eram as rádios piratas – já que para se abrir uma rádio é necessária uma concessão do governo. Mais tarde, muitas delas deram origem às rádios comunitárias, mas seu alcance era demasiado limitado. O facto é que muito dificilmente veículos de comunicação ou artistas independentes ganhavam visibilidade fora de contextos regionais. Os espaços de discussão e contestação do que era vinculado pelos media eram escassos e regionais, o que os dava a posição de decidir os assuntos em voga, quais artistas seriam os “grandes do momento”, entre outras fabricações.

A internet, as tecnologias da informação e a popularização dos meios de produção mediáticos com a introdução massiva dos dispositivos digitais tornaram o processo de gerar e compartilhar conteúdos em diferentes linguagens – escrita, sonora, imagética e híbridos – em algo simples, de baixo custo e célere, se comparado ao passado. Em muitos casos os custos de vinculação de conteúdo é mesmo zero e ainda há o potencial de alcance de audiência incalculável. Esta conjuntura de arranjos técnicos permitiu a pulverização dos emissores de conteúdo ao mesmo tempo em que as mensagens no ciberespaço passaram a ser cada vez mais ubíquas em dispositivos móveis que se tornaram peças íntimas, principalmente daqueles que vivem nos centros urbanos dos países mais ricos do mundo.

Dados da ONU de 2013<sup>1</sup> apontam que há mais de setenta países em que mais de 50% da população está *online*. Os dez países que têm maior nível de acesso são europeus, com exceção Nova Zelândia e Catar, que ocupam oitava e décima posição no *ranking* de acesso respectivamente. Já os dados de 2015<sup>2</sup>, também da ONU, revelam que a “banda larga móvel é a tecnologia que cresce mais rápido na história da humanidade, com 9,1 bilhões de assinantes”, mais do que a própria população mundial. A reportagem aposta que a banda larga associada a *tablets*, celulares e leitores de livros digitais podem juntos levar ensino de qualidade às comunidades mais remotas e carentes de desenvolvimentos do mundo. Dados estes que comprovam que as políticas de expansão e democratização do acesso ao ciberespaço só tendem a aumentar nos próximos anos.

O fluxo abismal de informações que circulam no ciberespaço, a pulverização dos emissores – antes a maior parte das pessoas era apenas receptora no processo mediático – e mesmo os usos educacionais acima citados faz uma questão pertinente a este trabalho surgir: quem garante a veracidade das informações no ciberespaço e quem decide qual informação é ou não própria para os programas de educação vigentes e futuros?

Independente da resposta desta questão, o que se pode notar é que o quinhão da comunicação social que influencia no regime de produção da verdade está em expansão e que a audiência e o “dar visibilidade”, antes praticamente restrito aos Grandes Media, é hoje um processo com incontáveis sujeitos. Não quer dizer que o domínio dos Grandes Media tenha deixado de existir, mas de certo que há outras vias que podem ser exploradas.

O primeiro capítulo deste trabalho falará sobre as verdades sociais e a própria realidade percebida pelas pessoas. Alguns pensamentos sobre esse tema podem explicitar a fragilidade de verdades e realidades que são alicerce para várias outras estruturas sociais. Mas o que aconteceria se, de súbito, o alicerce desaparecesse? O leitor já pôde perceber que nem toda pergunta precisa ter uma resposta determinada por este trabalho. O primeiro capítulo passará pela ideia de realidade semi-imaginária e sua construção social com a ajuda de pactos sociais e regimes de produção da verdade e instituição de poder. Por fim haverá uma breve demonstração destas construções em um caso específico, no sertão do Brasil.

O capítulo dois procurará evidenciar a parcela que os media e a comunicação social têm na construção das realidades sociais. Fará a diferenciação entre a produção mediática dos Grande Media e a produção mediática independente para depois dar ênfase à produção artística independente, por esta ser também uma forma de comunicação social mas

---

<sup>1</sup> <http://nacoesunidas.org/uso-da-banda-larga-movel-cresce-30-ao-ano-mas-exclusao-digital-persiste-aponta-relatorio-da-onu/> - acessado em 06/03/15.

<sup>2</sup> <http://nacoesunidas.org/internet-rapida-e-movel-pode-levar-educacao-para-todos-afirma-comissao-da-onu/> - acessado em 06/03/15.

principalmente por se tratar de uma linguagem humana sensível com potencial transgressor na formação cultural – ou seja, de questionamento e de formulação da realidade cultural.

Os capítulos três e quatro serão estudos de casos sobre produções artísticas realizadas de forma independente, cujo produto final é de acesso gratuito. A escolha dessas situações particulares se deu em consonância com a questão norteadora supracitada no início desta introdução. São exemplos de ações dentro do campo da comunicação e das artes que questionam a dureza do quotidiano, que pensam a sociedade, e são produtos culturais ofertados gratuitamente pela internet ou potencializados por ela. São casos em que os artistas puderam se beneficiar dessa nova conjuntura da comunicação social de massa para conseguirem maior reverberação de seus trabalhos.

O primeiro estudo de caso, no capítulo terceiro, é sobre o livro *O Lago do Esquecimento*, da fotógrafa Paula Sampaio. A publicação é um ensaio fotográfico acompanhado de textos cultos e depoimentos de populares que vivem na região alagada no interior do estado do Pará, no Brasil, para dar origem à barragem hidroelétrica do lago Tucuruí, a quarta maior do mundo na época da publicação do livro. Além da análise de conteúdo e contextualização da obra, uma entrevista com a autora elucidará alguns pontos que poderiam ficar na esfera das suposições.

O segundo estudo de caso, no quarto capítulo, é um ensaio fotográfico realizado pelo próprio autor deste trabalho sobre o centro de Goiânia, capital do estado de Goiás, uma cidade com cerca de 1,3 milhão de habitantes que fica a duzentos quilômetros de Brasília – algo considerado próximo nas proporções brasileiras. Neste ensaio procurou-se mostrar um pouco sobre como a comunicação oficial, a saber, *outdoors* publicitários, jornais, placas de trânsito e etc., convivem com a comunicação não oficial, representada pela arte de rua e outras manifestações. O artista de rua Rustoff, um dentre os trabalhos fotografados, também foi entrevistado.

Espera-se com este percurso evidenciar uma via de expressão que precisa ser explorada de maneira política e cultural para que haja uma gestão democrática da realidade na sociedade moderna. Naturalmente que pode haver uma crise da verdade em tudo que circula no universo da comunicação, mas quando é que a verdade foi de facto algo monolítico e inquestionável? A história das descobertas científicas demonstra que em vários momentos a realidade teve que ser revista.

## Capítulo 1: A Instituição da Realidade Humana

A realidade que a maior parte das pessoas percebe não é a verdadeira, afirma a mitologia Hindu. Isto acontece porque, segundo a concepção hinduísta, os Véus de Maya iludem os sentidos humanos, que enxergam o mundo pela ótica dos desejos, dos vícios, das tentações e das fraquezas. O ser iluminado seria o único capaz de enxergar além dos Véus de Maya e vislumbrar a instância última da realidade.

As religiões são importantes exemplos de influência direta na interpretação da realidade, pois desempenham papel estrutural na proposição da realidade social. Civilizações grandes e pequenas baseiam seus costumes, sua moral e em muitos casos suas leis em princípios religiosos. Rabot (2011: 195) diz que “o filho de Deus fez-se homem, lutou humanamente contra as tentações de Satanás, fez milagres minimalistas e apenas indispensáveis. Assim Jesus contribuiu para alterar a imagem de Deus: de todo-poderoso passou a ser paternalista e protetor.” Deus, dentre outras coisas, é um conceito chave em qualquer sociedade. Mesmo a ausência de religião – o estado laico busca formular leis sem os dogmas religiosos – é um facto marcante para a organização social. O ateu sempre será vizinho do Deus alheio.

As instituições e ideologias religiosas podem assim ser encaradas como parte constituinte dos “comerciantes de ideias”. Este termo foi usado por Berger e Luckmann (1985: 35) para advertir que são muitos os grupos de agentes – os comerciantes de ideias – que podem influenciar na construção das realidades sociais.

Os valores e ideais compartilhados, o imaginário coletivo, o sentimento de pertença, a história dos territórios, a divisão dos territórios, as relações de proximidade, as intenções e os objetivos coletivos fazem parte do todo que engloba a cultura de determinado lugar e que vem através dos séculos moldando os modos de se viver que experimentamos e/ou observamos hoje ao redor do mundo.

É possível dizer que pertencer a uma cultura é, dentre outras coisas, usá-la como filtro cultural. O filtro cultural é a ótica pela qual somos educados na sociedade que nascemos. É o instrumento primeiro usado para interpretar o mundo que nos rodeia. É o uso das linguagens e das conceptualizações. É claro que este filtro, assim como a própria cultura, é uma estrutura dinâmica, em maior ou em menor grau dependendo do indivíduo. Kossoy (2001: 43) dirá que o fotógrafo, por exemplo, age como um filtro cultural na sociedade porque seleciona “recortes da realidade” que influenciam no imaginário social quando expressos em fotos jornalísticas, publicitárias ou álbuns de lembranças familiares.

As pessoas habitam mundos diferentes quando suas percepções sensoriais são condicionadas por filtros culturais igualmente diferentes. Uma expressão verificável de múltiplos mundos e percepções é o tipo de ambientes e espaços urbanos projetados pelas sociedades. (Hall, 2005: 3) Tribos indígenas brasileiras projetavam seus espaços sociais para atender às necessidades de suas civilizações: manter animais predadores afastados, protegerem-se do frio noturno e etc.. Isso provavelmente aconteceu, pelo menos em princípio, com todas as civilizações. Fortes e castelos protegidos eram, por exemplo, marcas das civilizações europeias cuja história está repleta de épicos embates territoriais. Hall, em sua pesquisa, observa detalhes destes filtros culturais, como o facto de as civilizações árabes darem mais importância ao sentido do olfato, chegando mesmo a desfazer um possível compromisso matrimonial caso a futura esposa não cheire adequadamente. Em sua observação, cada um dos pequenos traços culturais acabou por influenciar o tipo de urbanismo desenvolvido pelas sociedades através dos séculos.

Na Roma antiga o sonho dos homens públicos e de distintos poderes sociais era de ganhar a eternidade tendo suas formas esculpidas em mármore ou bronze para que povoassem a cidade como exemplos de uma essência humana superior (Di Felice, 2009: 205). Aquelas obras eram, portanto, importante elemento de socialização e de cultivo de um imaginário coletivo que indicava o conjunto de qualidades humanas valorizado pela sociedade romana. Era, por assim dizer, uma celebração educativa.

A leitura que se faz dos espaços também é baseada nos recursos de descrição e percepção que são próprios das linguagens que dominamos. (Hall, 2005: 116 e 117) E isto pode ser estendido a todas as instâncias humanas que exigem interpretação. É basicamente uma premissa da conduta humana em relação a sua porção imaginária da realidade. Berger e Luckmann (1985: 38 e 39) dizem sobre a linguagem:

“A linguagem usada na vida cotidiana fornece-me continuamente as necessárias objetivações e determina a ordem em que estas adquirem sentido e na qual a vida cotidiana ganha significado para mim. Vivo num lugar que é geograficamente determinado; uso instrumentos, desde os abridores de latas até os automóveis de esporte, que têm suas designações no vocabulário técnico da minha sociedade, vivo dentro de uma teia de relações humanas, de meu clube de xadrez até os Estados Unidos da América, que são também ordenadas por meio deste vocabulário. Desta maneira a linguagem marca as coordenadas

de minha vida na sociedade e enche esta vida de objetivos dotados de significação.”

A significação e a própria percepção da realidade do ser humano passará sempre por seu filtro cultural. Hall conta que precisou exercitar-se para perceber traços culturais, não só de outras civilizações mas também de sua própria porque estas percepções são normalmente quase inconscientes. O diferente nos salta aos olhos, mas o trivial pode facilmente passar despercebido. Duran (1998) fez um ensaio sobre a afetividade em relação à neve em países nórdicos. Tida como fria e antissocial em diversas maneiras, ele demonstra como a neve é querida por diversos povos que anseiam por sua chegada, pelas brincadeiras que só podem ser feitas com neve, pela forçosa aglomeração em torno das lareiras que promove a união familiar, pela sua brancura etc..

Exposta a eminente fronteira com o infinito, que são os possíveis desdobramentos interpretativos advindos de diferentes filtros culturais, faz-se necessário que o tema “realidade” seja abordado de maneira genérica, tomando por base alguns exemplos históricos que permitam explicitar um padrão de aplicação da realidade, mais do que julgar se as concepções A ou B são mais ou menos adequadas ou pertinentes. Ainda em tempo podemos propor algumas questões. A realidade como uma proposta cultural pode ser considerada uma invenção? Qual a necessidade de se inventar uma realidade? Inventada ou instituída, com tantas pessoas e interesses no mundo é compreensível que a realidade enquanto estrutura cultural esteja sempre em discussão.

### **1.1 – A Instituição da Verdade e a Versão Oficial dos Factos**

Para que algo seja considerado uma verdade no seio de uma sociedade é preciso que haja algum nível de consenso entre diferentes partes. Existe um processo de reconhecimento e validação de factos e parâmetros considerados reais e, portanto, respaldados por diferentes mecanismos de afirmação social. A existência de consenso, no entanto, não garante a existência de unanimidade.

A voz que, instituída de autoridade, decreta parâmetros com força de lei trazendo-os à existência à medida que os anuncia – decreta; santifica; impõe; reconhece –, o faz com o reconhecimento dos outros, como é próprio do poder simbólico. A vontade política é produto e produtora das fronteiras que traça, sendo suas escolhas determinantes para o tipo de cultura existente em determinado contexto. Para tanto, basta observar a ação da educação – ditada

pelo Estado; pela vontade política – na formação das nacionalidades e regionalismos. (Bourdieu, 1998: 126)

Bourdieu menciona o poder simbólico do Estado e deixa claro em sua obra que as atitudes deste poder tem eficácia apenas se houver o reconhecimento dos outros indivíduos para os quais a ação simbólica se aplica. Para exemplificar o que disse nesta passagem, cita a vontade política e a ação desenvolvida nas diretrizes educacionais que determinam os currículos das escolas. A educação é exemplar neste contexto porque tem um papel basilar na manutenção da ordem, das noções hierárquicas e da verdade orientadas em uma sociedade.

A autoridade política é garantida em última instância, em maior ou menor grau de opulência dependendo da nação, através da força e da punição exemplar. A educação é um dos processos que, após forte regulação e normalização pelos estados, faz com que as pessoas obedeçam e reconheçam o poder simbólico sem que seja necessária a truculência diária, ainda que ela, a educação, não sirva apenas a este propósito. O poder bélico, no entanto, está sempre presente de alguma forma, mesmo que apenas através de símbolos que reforçam sua existência.

Citado por Bourdieu (1998: 29), Georges Davy diz sobre a função do professor dentro do sistema educacional:

“(...) ao ensinar às crianças, que só conhecem a língua de forma bastante confusa ou que falam até dialectos e ‘patois’ diversos, uma mesma língua, una, clara e fixada, ele inclina-os já muito naturalmente, a ver e a sentir as coisas da mesma maneira; e trabalha para edificar a consciência comum da nação.”

A educação, e não só a formal, ensina aos indivíduos uma maneira de lidarem com a linguagem e engendram no ser o conjunto cultural no qual ele está inserido. Ou seja, quando se tem um sistema educacional comum a todo um país, o currículo base, está-se trabalhando para que os filtros culturais tenham grandes semelhanças. Assim as realidades vão sendo codificadas e decodificadas de maneira, em princípio, similar.

Inúmeras instituições sociais públicas e privadas têm o poder de instituir verdades – por isto são instituições. Fazem-no em suas publicações, em sua comunicação, em suas atitudes. Apontam os caminhos que a sociedade deve seguir de acordo com suas próprias necessidades. As universidades, por exemplo, atestam as capacidades de profissionais dando-lhes um diploma. Várias profissões carecem de registro profissional em sindicatos ou outros órgãos reguladores. A patente militar impõe uma série de protocolos, bem como o diploma

dos doutores. Os livros que estão nas escolas contam as histórias como lhes é conveniente. Há uma briga histórica entre China e Japão acerca de como é retratada a guerra entre eles nos livros Japoneses. Há livros nos EUA (Estados Unidos da América) que apontam a Amazônia brasileira como sendo um território internacional.

Dentro de um país o governo tem, geralmente, a quase hegemonia para instituir leis e protocolos formais – mesmo que isso emane da sociedade e seja depois garantido ou reconhecido pelo governo – mas há, sem sombra de dúvidas, uma disputa em âmbito internacional pela supremacia da verdade dos factos. O atentado terrorista em 11 de setembro de 2001 em Nova Iorque foi assim rotulado pelos EUA e aceite na maior parte do mundo, mas para algumas pessoas no Afeganistão os verdadeiros terroristas são os EUA, o “11 de setembro” foi apenas uma resposta às ações norte-americanas que podem ser classificadas como terrorismo de estado.

O teórico Michel Foucault, que trabalhou a questão da verdade aliada ao poder e a normalização (regulamentação) de algumas atividades sociais como os hospitais, fez algumas considerações sobre o “regime da verdade” que impera nas sociedades:

“(…) a verdade não existe fora do poder ou sem poder (não é – não obstante um mito, de que seria necessário esclarecer a história e as funções – a recompensa dos espíritos livres, o filho das longas solidões, o privilégio daqueles que souberam se libertar). A verdade é deste mundo; ela é produzida nele graças a múltiplas coerções e nele produz efeitos regulamentados de poder. Cada sociedade tem seu regime de verdade, sua "política geral" de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros dos falsos, a maneira como se sanciona uns e outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade; o estatuto daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro.” (2014: 51 e 52)

Foucault, quando opõe a história comum à genealogia da história, com a ajuda de Nietzsche, conclui, dentre outras coisas, que a primeira aprisiona a personalidade do indivíduo ao emprestar-lhe formas pré-moldadas de identidades de seus antepassados. A segunda, em oposição, ao estudar os tempos idos, visa evidenciar as casualidades que formaram a identidade histórica no afã de dissipá-la completamente. (2014: 82 e 83) Trata-se



de uma abordagem que visa mais esclarecer as origens dos fatos que compõem os filtros culturais do que os enaltecer por si só.

Os estudos de Foucault trazem à luz processos que se tornaram a base das estruturas do poder e que são relevantes ainda hoje – suas publicações situaram-se na segunda metade do século XX. Muito embora tenha falado sobre o regime da verdade e sobre o combate em torno da verdade dentro das estruturas sociais de poder mais agudo, ele deixou claro que o poder emana de todos os seres sociais em maior ou menor grau. Sobre o poder exercido pelo estado – que normalmente é a instituição mais lembrada quando se cita a instituição abstrata que detém “o poder” – ele diz:

“De fato, o poder em seu exercício vai muito mais longe, passa por canais muito mais sutis, é muito mais ambíguo, porque cada um de nós é, no fundo, titular de um certo poder e, por isso, veicula poder”. (2014: 255)

## **1.2 - A Identificação e a Validação Social do Outro**

Bourdieu afirma, como já citado, que para que exista o poder simbólico é necessária a validação por parte de outrem. Foucault deixa a questão mais clara quando diz que todos os seres detêm e conferem poder. Mas por que, se a validação depende das pessoas, são validadas tantas mazelas e violências explícitas nos quotidianos sociais, advindas do Estado ou nas relações entre as pessoas, na violência doméstica e nas sociofobias mais variadas?

Os seres humanos, e não só o poder simbólico, carecem de validação social de suas personalidades. O conjunto de valores fornecido pela sociedade dá-lhes desde muito cedo um inventário de pensamentos e sentimentos viáveis, os quais se seguidos à risca estarão automaticamente validados. Muitos até serão dignos de aplausos e ovações. O indivíduo que, todavia, cômico dos valores sociais básicos os transgredi pode sofrer severas punições, exceto quando seu ato serve como um marco que alargue as bases do pensamento social pré-estabelecido e passe, a partir dali, a ser aceito. São, portanto, duas opções básicas para os que divergem: a punição; ou a aceitação de um novo pressuposto, mesmo que de forma marginal. Divergir de valores profundamente arraigados passa a ser, diante desta realidade dual, uma ação de risco.

Optar pela conduta mais segura, aquela que garante a validação da personalidade de um ser, é assegurar-se de que não será taxado de louco, de rebelde ou de herege, não será enfim isolado e impedido do convívio social. A aceitação tácita, entretanto, de todo conjunto cultural previamente estabelecido também tem seus efeitos colaterais. Estar completamente

limitado pela realidade imposta sem maior reflexão por parte do indivíduo pode gerar a condenação prematura de toda e qualquer atitude que destoe da ordem vigente ou do que é considerado normal. É uma atitude que aguça preconceitos, atormenta idiosincrasias inofensivas e dificulta relações interculturais.

As sociedades são organismos complexos. O mecanismo do “perigoso divergir” não é tão simples como acima exposto porque este mesmo processo acontece o tempo todo nas micro e macroesferas de relacionamento humano. A história deixa clara a evolução do pensamento social e a sobrevivência de pensamentos ditos marginais, sendo a palavra marginal usada apenas para denominar aquele pensamento que não é compartilhado pela maioria, mas que é aceito por um conjunto de pessoas suficientemente grande para permitir que ele seja tolerado ou que não se extinga. Grupos ou tribos sociais são formados em torno de vários temas e situações que aproximam e repelem as pessoas. Maffesoli diz que “é por força das circunstâncias, é porque existe proximidade (promiscuidade), é porque existe a partilha de um mesmo território (seja ele real ou simbólico), que vemos a ideia comunitária e a ética que é o seu corolário.” (2000: 24). Para ele as tribos de nosso tempo são formadas por proximidades afetivas.

Richard Sennet reforça, sobre as comunidades, que o uso do pronome “nós” é que demonstra que um grupo de pessoas se tornou uma comunidade. Ele adverte que uma nação só pode ser uma comunidade quando seus indivíduos assumirem em suas práticas quotidianas as crenças e valores partilhados pela comunidade. (Sennet, 1998: 212)

Com tantos grupos sociais “à disposição” qualquer um terá, em algum contexto, que ocupar a posição de marginal ou minoria, o que causa sensação deslocamento. Até mesmo o amor, este sentimento tão sublimado, é uma forma de comunicação baseada na experiência sensível e pressupõe que as partes envolvidas validem a experiência interior do outro reciprocamente, o que gera a sensação de segurança e sanidade mental. (Bauman, 1989: 71)

Ao se aplicar o princípio da validação social a pressupostos maiores pode-se questionar as bases da realidade que são em princípio monolíticas, como a própria noção de geografia. Garcia afirma que “as nações são narrativas” e o Brasil nasceu de discursos da terra e da geografia. A geografia possui em si uma luta que está além de exércitos, ela envolve o embate de “ideias, formas, imagens e representações”, das quais nenhum de nós é alheio. (Garcia, 2010: 75) Os primeiros habitantes das Américas provavelmente não simpatizavam com a ideia de que aquelas terras em que viviam desde gerações imemoriáveis pertencessem por mando divino e aos reis europeus. Quando a divergência é tão abrupta prevalece e

prevaleceu a força. Mais tarde é o discurso sobre as terras que dará a independência a vários países, e alguns ainda precisarão conquistá-la pela força.

O facto é que para que uma nação exista, assim como as palavras e as relações afetivas, é preciso que haja um discurso em torno de seus ideais e pessoas que encarnem esses discursos. Discursos estes que precisaram ser criados em algum momento e que são organismos vivos e mutantes. Quando se entende o processo de construção das realidades sociais está-se imerso em uma linha histórica de desenvolvimento social que é tão velha quanto a própria espécie humana. A novidade que pode influir em novas construções sociais é que a consciência do processo citado (à exemplo das genealogias de Foucault) permite: questionar alguns costumes que parecem estar caducos ou que foram calcados em fundamentos não mais necessários, coerentes ou desejáveis; entender como e porque são tomadas diversas atitudes nas esferas macro sociais pelos governos e grandes empresas que estão, agora, trabalhando para formar uma realidade social que interessa a eles, mas que talvez não seja o melhor para a maioria e, portanto, não necessita ser construída assim, desfavorecendo a muitos. Quem é que dita, afinal, a realidade que pauta o quotidiano social da maior parte das pessoas? O mundo é o que é porque as pessoas consentem, ainda que coagidas. As realidades, as leis, as fronteiras e tudo mais da realidade conceitual do homem é, em suma, um pacto.

O que aconteceria com o mundo se, de súbito, as pessoas consentissem a realidade proposta pelo astro *pop* assassinado John Lennon na música *Imagine*<sup>3</sup>? O mais provável é que haveria um período indefinido de desorientação e de adaptação em que seriam construídas outras bases sociais que orientassem as mínimas ações quotidianas. As histórias para fazer os miúdos dormirem e também as canções infantis mudariam. Novos escritos, tratados, obras das mais diferentes artes, ensaios e estudos povoariam a construção de realidades ideais dentro dos novos parâmetros e, eventualmente, alguns parâmetros seriam também questionados.

A arte tem grande poder de propor diferentes realidades sociais. Ela não carece das assembleias legislativas e de debates retóricos para lançar ideias e interpretações sobre o mundo e suas possibilidades. Naturalmente que o que é produzido em arte não se torna imediatamente uma lei como acontece com as esferas legislativas. Diferentemente da truculência e da força da lei, a arte atua mais como semeadora de ideias em um solo que é o espírito humano. Quando há mudança alavancada por uma obra artística em um ser humano, isso se dá de dentro para fora. Ela permite ainda que nos projetemos em diferentes mundos e

---

<sup>3</sup> Em anexo.

sondemos nossos sentimentos sob diferentes perspectivas, além do ordinário. O Jardim das Delícias Terrenas, de Bosch, é um verdadeiro passeio por outras dimensões.

A abordagem ou manifestação poética contradiz a impressão sensorial quotidiana “embrutecida pela rotina e pela utilidade”. Essa transmutação se dá pela evocação da emoção e da subjetividade humanos. Ou seja, resignifica a realidade através da experiência sensível. (Duran, 1998: 32). Se há uma prática mágica de transformação de realidades que acontece diante dos nossos olhos sem auxílio de truques capciosos, esta é a arte.

A realidade objetiva do útil não é suficiente para o humano, caso contrário viver-se-ia apenas para manter-se vivo através do alimento, da procriação e da defesa contra os predadores naturais. O fazer artístico é uma das maneiras utilizada pelos humanos para expandir sua vivência além da condição puramente animal e instintiva. Trata-se da exploração de diferentes linguagens para estabelecer uma forma mais complexa de comunicação que tente dar conta das sensações mais profundas da experiência existencial. Bourdieu (1998: 16) afirma que nem nosso idioma está sujeito à absoluta objetividade utilitária quando diz que a gramática e o dicionário não esgotam as possibilidades de significação das palavras. A língua ganha um significado quando imersa nas situações sociais, sendo validada ou negada pelos seus interlocutores. Levi-Strauss (Duran, 1998: 42) diz que existe um vão entre integração linguística e a desintegração semântica; ali se situa a poesia.

Outro exemplo de uso artístico de elementos pensados para ser estritamente “úteis” é o cinematógrafo que quando surgiu chamou a atenção pela “bruxaria” de ter conseguido apresentar imagens em movimento. Era uma atração por ser novidade e uma descoberta fruto da revolução industrial que permitiria desenvolver inúmeros estudos científicos. Sua exploração inicial foi estritamente comercial e não visava fins artísticos ou lúdicos. Houve, no entanto, aqueles que ousaram sonhar e fazer sonhar, representar e criar outras realidades. Fracassados, trapaceiros, farsantes, autodidatas, curiosos, não diplomados e amadores eram os adjetivos aplicados àqueles que transformaram o cinematógrafo em cinema, segundo Morin, (1997: 68). É claro que outras manifestações artísticas já o faziam antes – criar outras realidades –, o cinema foi mais uma linguagem a ser apropriada pela arte. Hoje, em meados do século XXI, é impensável o modo de vida dos centros urbanos sem a linguagem audiovisual e os ecrãs quase omnipresentes, filhos do desenvolvimento do cinematógrafo e do cinema – uso artístico do cinematógrafo.

A arte é, portanto, um dos pilares importantes da sociedade na medida em que diminui a desorientação colectiva e promove, através da experiência sensível que lhe é intrínseca, o desenvolvimento interno do ser, sua autoestima e sua capacidade autónoma

(Lipovetsky e Serroy, 2010: 243). Hall (2005: 103) também concorda com esta função social desempenhada pela arte quando diz que “uma das principais funções do artista é ajudar o leigo a organizar seu universo cultural.”. É certo que a arte não é o único fator que pesa no desenvolvimento cultural, mas este trabalho vai analisar, principalmente, o peso da arte e da comunicação dos media nas construções das realidades sociais.

### **1.3 - A Realidade Semi-Imaginária do Homem**

Edgar Morin, no estudo que fez sobre o cinema e o imaginário do homem, explora a ideia de que o homem é um ser semi-imaginário. Parte de sua compreensão de si mesmo e o mundo é objectiva: cair, machucar-se, sentir fome. A outra parte é imaginativa. Estes dois quinhões de realidade, no entanto, não podem ser separados. Ele diz:

“O imaginário é o fermento do trabalho do eu sobre si próprio e sobre a natureza através da qual se constrói e se desenvolve a realidade do homem (...) é o verdadeiro alicerce de projeções-identificações, a partir do qual o homem, ao mesmo tempo em que se mascara, se conhece e se constrói”. (1997: 236)

O cinema é um dos incontáveis exemplos de transgressões e de novas criações ousadas que levaram a civilização adiante no sentido cultural – se é que há outro. Os romances, os media e todas as produções artístico-intelectuais são instâncias de discussão da realidade, da capacidade humana, das fronteiras que nos separam do mágico, do fantástico, do sobrenatural, da loucura e da normalidade. A discussão sobre a verdade é algo historicamente delicado. Basta mencionarmos os inúmeros genocídios e violências com motivações político religiosas como o impedimento de se praticar uma ciência que colocasse em questão os dogmas da igreja na idade média – idade das trevas –, ou ainda as discriminações que mulheres e homossexuais ainda sofrem tão somente por serem mulheres e homossexuais.

A construção do imaginário pode acontecer a partir de uma infinidade de pressupostos e de facto o mundo está cheio deles. Mencionamos que quando este mesmo imaginário é compartilhado por uma sociedade que cultiva valores, ele se torna a base de um conjunto de costumes e tradições. Este conjunto é o que dá corpo à palavra cultura quando esta é utilizada em seu mais amplo alcance. A cultura, por sua vez, não é estática, mas sim um organismo vivo em eterna construção.

Sob esta perspectiva a realidade pode ser enxergada, em grande parte, como uma construção cultural. Ao olhar diferentes percepções com o devido distanciamento, como seria

possível designar qual delas seria a correta ou adequada? As condutas e soluções encontradas para os problemas sociais de ordem natural ou psicológica não podem ser levemente analisadas sob um só ponto de vista. O mito dos Véus de Maya neste contexto soa pertinente. Assim como o mito da Torre de Babel, possivelmente mais conhecido no ocidente, sobre o baralhamento das línguas e a fonte primeira de desentendimento entre as culturas, que mais tarde deram origem às nações. E o que dizer ainda sobre o mito da caverna de Platão que sugere que poderíamos estar vivendo em um mundo de completa ilusão sem nos darmos conta disso?

O patrimônio inalienável que une o Homo Sapiens como uma civilização planetária é o poder da compreensão mútua. A consciência é o que torna possível as traduções de idiomas e mitos entre as mais diversas civilizações, mesmo diante em grandes lapsos de espaço e tempo. (Durand, 1988: 68 e 69) A consciência evocada por Durand nesta passagem é a sensibilidade humana, são também as projeções-identificações suscitadas anteriormente no pensamento de Morin, que permitem que o ser humano possa colocar-se no lugar do outro para ser capaz de entender determinada situação.

O cinema foi e ainda é uma fonte fértil para o estudo – em especial para este trabalho – das inter-relações culturais por se tratar de uma das primeiras formas de comunicação de massa difundidas mundialmente. Sua produção revela direta e indiretamente pensamentos e ideologias predominantes em diferentes momentos históricos. Há também ali a reinterpretação de antigos mitos, as vozes dominantes, as vozes oprimidas, as vinganças, o delírio, o real e tantos outros aspectos da realidade imaginária humana. Trata-se de um produto cultural completo. “As imagens infiltram-se entre os homens e sua percepção, permitindo-lhe ver o que pensa ver. A substância imaginária confunde-se com a nossa vida anímica, com a nossa realidade afetiva.” (Morin, 1997: 235)

Stam (2003: 80) chega a reproduzir em seu livro sobre teoria de cinema um pensamento de Bela Balázs citado em Ismail Xavier, que acredita que o cinema, através das peculiaridades de sua linguagem e formato, promove a identificação entre o filme e os espectadores. Esta identificação pode ser apontada, segundo Balázs, como um dos “pioneiros no desenvolvimento de uma humanidade universal e internacional.”. O que remete ao princípio da construção do mundo globalizado, pelo menos no que tange ao fluxo intenso de comunicação.

O cinema, apesar de pai da linguagem audiovisual, é apenas mais um dos processos de comunicação de massa que se desenvolveram durante o século XX. A imprensa aliada a evolução da fotografia – vale lembrar que a imagem fotográfica é também a base do cinema –

também ocupou lugar de destaque na consolidação de um amplo fluxo de comunicação que se estabeleceu no mundo humano e que teve impactos diversos sobre os imaginários das mais diferentes civilizações. Promoveu não só o diálogo mas também a discórdia, os atritos e o realce das fronteiras culturais. Mais tarde muitos outros processos de comunicação de massa surgiram e não se sabe se um dia pararão de surgir novos processos, cada um promovendo mudanças sociais à sua maneira.

O cotidiano social, sobretudo nas cidades mais cosmopolitas do mundo, está repleto de diferenças e similaridades culturais que traçam verdadeiros abismos entre os indivíduos. Isto acontece mesmo entre aqueles que, em princípio, pertencem à mesma cultura. A maior interação social promovida pelos meios de comunicação tornou cada vez mais explícita as diferenças culturais e atritos advindos delas. Xenofobias, racismos, machismos e sistemas sociais – para não dizer tudo – foram apresentados ao mundo e depois discutidos dentro e fora dos media. Estes ganharam cada vez mais espaço e influência para determinar quais assuntos devem pautar cada momento. Embora, paralelamente às desavenças culturais, haja a situação oposta em que as pessoas aprendem a conviver com o que as diferencia culturalmente e a tirar proveito disto, as divergências culturais ainda estão longe de serem amplamente celebradas. O sociólogo Bauman afirma:

“Existimos porque somos diferentes, porque temos diferenças e, todavia algumas destas diferenças incomodam-nos e impedem-nos de interagir, de nos comportarmos amistosamente, de manifestar interesses pelos outros, de nos preocuparmos uns com os outros, de nos ajudarmos – e sejam tais diferenças quais forem, é a natureza das fronteiras que traçamos que as determina. Cada fronteira cria suas próprias diferenças, atribuindo-lhes consistência e sentido.”  
(2006: 72)

Em cada diferença e em cada civilização reside uma realidade. Outrora, em hipótese, o afã por impor sua verdade a outras culturas foi mais violento. Isto não significa que este processo de imposição tenha deixado de acontecer e que as realidades culturais tenham deixado de estar em atrito. Até mesmo as formas de violência advindas dos atritos culturais evoluíram, ora explícita, ora institucional, ora sutil e desarticuladora. O filtro cultural, em suma, permite que o mesmo assunto seja avaliado de maneira completamente diferente por cada indivíduo. Julgamentos e percepções estão carregados de parcialidade.

A realidade semi-imaginária do homem está, portanto, expressa nas pinturas rupestres, nos diálogos, nas tantas criações em linguagens artísticas – música, cinema, pintura, literatura, fotografia –, nas reverberações dos media, nas paredes das cidades, no ciberespaço e, de forma assustadora, nas redes sociais. São expressões que revelam o universo interior do ser humano, a opacidade que permeia nossas relações (Rabot 2011: 192), o consciente e o inconsciente dos seres humanos. O afastamento, pela cultura, da natureza e seu reencantamento como expresso no trabalho de Rabot (2011: 198), pelo culto ao monstro, e também no de Di Felice (2009: 39 a 43) pelo resgate de filosofias marginais.

#### **1.4 - A Verdade na Construção Social Histórica: a aplicação em contextos específicos.**

A Província de Goyaz é um nome que remete à região que hoje compreende os estados de Goiás e Tocantins no Brasil. No século XX mudou-se a grafia de “Goyaz” para “Goiás” e em 1989 o Estado foi dividido em dois territórios, o mais ao norte passou a se chamar Tocantins e o mais ao sul continuou com o nome Goiás. O termo “Goyaz” será utilizado para designar a província histórica enquanto a grafia Goiás remeterá ao período contemporâneo.

Um terço do território brasileiro, aproximadamente, ainda era desconhecido da coroa portuguesa no século XIX (Garcia 2010: 32). Isto correspondia, sobretudo, ao quinhão central do Brasil, longe das civilizações que se desenvolveram no litoral e suas proximidades. São Paulo, por exemplo, hoje a maior cidade em população e capital econômica do país, era ainda uma cidadezinha muito pequena com pouco mais de alguns milhares de habitantes e sem expressão forte no cenário nacional. O Arraial de Vila Boa de Goyaz – a capital – e o Arraial de Meia Ponte eram as duas maiores cidades da província de Goyaz. Lugar onde a principal atividade era o garimpo.

Após o fim das minas de ouro no século XVIII – sua primeira vocação econômica –, o século XIX começou, para Goyaz, com uma depressão econômica e diversos estudos encomendados pela coroa portuguesa que demonstravam a necessidade de se fazer da província um território que somasse economicamente para o reino (Garcia 2010: 108). Esta característica de ser um território lucrativo para a coroa – e atualmente para a nação – talvez nunca tenha deixado de ser o objetivo principal da província Goyaz e do estado de Goiás.

As literaturas descritivas dos viajantes e administradores que desenvolveram os estudos sobre a província de Goyaz deixaram o deserto (de população), a solidão e as civilizações bárbaras (índios) e preguiçosas (sertanejos) como marcas indeléveis sobre a região no imaginário do quinhão letrado da Coroa (Garcia, 2010: 86). Tudo que se pensou e cogitou na comunicação documentada por cartas entre o comando de Goyaz e a coroa – fonte



maior da pesquisa de Garcia – foi no sentido do território gerar renda. O propósito nunca foi desenvolver ali uma civilização que tivesse a mesma qualidade de vida das outras regiões mais avançadas do país. Tratava-se, portanto, de um território sem autoestima. Ainda agora no século XXI o estereótipo do goiano é de sertanejo e agropecuarista. Os artistas goianos, por exemplo, que destoam deste estereótipo frequentemente fazem seu sustento monetário quando conseguem vender seus trabalhos em outros estados ou em outros países.

Bourdieu quando falou sobre o processo civilizacional da França disse que a imposição do francês como língua oficial da França e, portanto, dos atos do governo (órgão regulamentador) e das classes dominantes, foi uma maneira da revolução francesa legitimar um novo discurso para uma nova sociedade que se pretendia, pensada a partir de Paris, a capital. Com esta padronização as classes dominantes e seus imediatos subalternos (fiscais do órgão regulador) podiam não só se fazer entender em todas as províncias, mas também atuarem como intérpretes tradutores dos dialectos orais predominantes, o que fez com que muitas das necessidades particulares dos dominados ficassem “perdidas na tradução” ou na incapacidade de expressar em língua diferente algumas situações muito particulares. (Bourdieu, 1998: 28)

O paralelo francês interessa aqui porque redundante, assim como no caso de Goyaz e também do próprio Brasil, no quão importante é a vontade política na formação das realidades sociais. É esta vontade a semente primeira que fez brotar civilizações em novas terras e determinou suas inclinações, que sem tempo determinado, apenas mais tarde, puderam galgar construir um interesse civilizatório próprio e deixar de existir apenas sob uma demanda externa alienada.

O exemplo do Brasil, como mencionado, também condiz com a construção de vontade política. Após sua independência e a proclamação de D. João VI como imperador no ano de 1822, restou ao país trabalhar na construção de sua autoimagem como nação. Era preciso não só solidificar o Brasil como um país civilizado e, portanto, digno de respirar os ares europeus, mas, sobretudo era imprescindível unir o vasto território sob uma imagem que, ao mesmo tempo, abrangesse a diversidade e não incentivasse movimentos de dissidência – à exemplo do que ocorrera com o antigo império espanhol na América. Criar imagens sobre si a esta altura tornou-se algo indispensável. Os discursos generosos e as aguarelas pintavam um país de convivência pacífica entre etnias, em harmonia com a natureza exótica e de potencial estimulante, ainda que isso fosse ligeiramente divergente da realidade. Essa transformação do exótico bárbaro em elementos emblemáticos da nação brasileira representou talvez a mais

genuína criação simbólica da nova nação. Um país tropical onde se misturam raças sob o clima quente e a natureza exuberante. (Garcia, 2010: 27 e 28)

É claro que embora procurasse se fazer, em termos de imaginário, aquilo que seria o Brasil, sua marca cultural, sua identidade perante os outros países, nem tudo era novidade.

“A forma empática do habitar e a transformação antropomórfica do território expressam-se em toda a sua exacerbação na conquista e na dominação das terras dos novos continentes e dos povos que nela habitavam. Será assim que na paisagem tropical imprimir-se-á uma concepção territorial e uma ordem espacial europeia.” (Di Felice, 2009: 104)

O comando da Província de Goyaz, bem como o do próprio país, parece ter sido construído de maneira alienada. É o que dá a entender a pesquisa de Garcia sobre os relatórios dos presidentes da Província que transpareciam – mesmo depois da independência brasileira em relação a Portugal – que alguma metrópole estrangeira é que estava tomando posse de terras recém-descobertas, e não o próprio governo da Província. Ou seja, após a submissão à Lisboa, os interesses civilizacionais de Goyaz estiveram submetidos ao Rio de Janeiro.

A intenção civilizacional altruísta – pelo menos por parte dos presidentes – da Província é algo que pode ser explicado pelo sentimento indicado por Morin, Motta e Ciurana iniciou-se no século XIX, atravessou o século XX e ainda não se dissipou totalmente:

“O desenvolvimento é a palavra-chave na qual se reencontraram todas as vulgatas ideológicas da segunda metade do século XX. No fundamento da ideia-mãe de desenvolvimento encontra-se o grande paradigma ocidental do progresso. O desenvolvimento deve assegurar o progresso, o qual, por sua vez, deve assegurar o desenvolvimento.

(...) O mito do desenvolvimento determinou a crença de que era necessário sacrificar-lhe tudo.” (2004: 91)

## Capítulo 2: A Parcela da Comunicação Social nas Construções Culturais

“O impacto das tecnologias comunicativas sobre o imaginário é considerado por Alberto Abruzze uma das características principais da experiência da percepção e das formas de habitativas da modernidade.” (Di Felice, 2009: 49)

O habitar, na obra de Di Felice, engloba toda estrutura relacional da sociedade desde sua disposição de arquitetura e urbanismo aos fluxos de comunicação e sua relação com os deslocamentos físicos nas cidades. Se o capítulo primeiro fez um apanhado geral do processo cultural que envolve o imaginário coletivo, os filtros culturais, as relações interpessoais, a noção de realidade e deu algum destaque à influência que a produção artística pode desempenhar nesse processo, o capítulo segundo irá tratar da influência que os media têm nas construções culturais, tendo em vista a sociedade ultramediática contemporânea, sobretudo nos grandes centros urbanos, mas também nas pequenas cidades dos países mais ricos do mundo.

É necessário antes de qualquer coisa delimitar os termos que serão usados ao longo do capítulo já que estes podem não ser tão precisos dependendo do contexto em que forem utilizados.

O termo Comunicação Social será utilizado de maneira a abranger toda a comunicação efetuada a partir de qualquer dispositivo mediático. Ele engloba as produções formais e informais de revistas, jornais, televisão, rádio, *outdoors*, painéis, letreiros, cartazes, reclames, anúncios, fachadas, sinais de trânsito, internet, arte de rua (*street art*) e todo tipo de comunicação similar a isto que não foi citado.

O *Mass Media* será o termo mais restritivo que designará a comunicação de massa formal, ou seja, que está subordinada aos órgãos reguladores da comunicação e que tem grande penetração social porque é massivamente replicada por visar, normalmente, alcançar o maior número de pessoas possível. Os *Mass Media* podem usar de diferentes linguagens: audiovisual, escrita, fotografia, digital, impresso e etc..

Ambos, Comunicação Social e *Mass Media*, tornaram-se parte relevante das construções culturais porque sua evolução está intimamente ligada a novos modos de viver e de se relacionar. Das primeiras prensas que permitiram reproduzir mais rápido os materiais impressos popularizando livros, folhetos e mais tarde o surgimento da imprensa, seguiram-se a invenção da fotografia, que possibilitou o surgimento do cinema, a união de processos modernos de imprensa com a fotografia, o rádio, o toca disco, a televisão, o vídeo, o

computador e a evolução e os usos híbridos destas técnicas no quotidiano urbano, por fim a internet que, associada aos diversos dispositivos electrónicos, engloba todas as linguagens predecessoras, cada etapa destas evoluções dos meios de comunicação teve grande impacto na vida social.

A evolução supracitada por certo não aconteceu de forma homogênea no mundo. Os países mais ricos – classificados pela velha nomenclatura como sendo de 1º mundo – estruturaram-se primeiro e a mudança no estilo de vida destes locais foi certamente pioneira. Até então, estes eram os países ditos como realmente civilizados. O conteúdo mediático tornou-se uma instância da formação cultural dos indivíduos acelerando o processo de comunicação e, gradativamente, disseminando mais informação.

Dizer que o conteúdo mediático se tornou o único meio de formação social do indivíduo, obviamente, não é possível. “Mas não devemos perder de vista o fato de que, num mundo cada vez mais bombardeado por produtos das indústrias da mídia<sup>4</sup>, uma nova e maior arena foi criada para o processo de autoformação.” (Thompson, 2009: 46)

Luiz Antônio de Assis Brasil, que carrega o próprio país no nome, em tese, associa o excesso de descrição dos escritores latino-americanos – sobretudo até a primeira metade do século XX – a um processo civilizatório, ou de conquista do *status* de civilizado. Assim como Anton Tchekov com suas cidadezinhas ou a provinciana cidade em que se ambienta Madame Bovary, uma vez que as realidades são transcritas em códigos universalmente aceitos, aquele contexto social se afasta do rótulo de lugar puramente exótico ou bárbaro e ascende ao patamar de local civilizado. (2003: 33 e 34)

A busca pelo rótulo de país civilizado é um traço que pode ser notado na padronização de linguagens que os meios de comunicação nos mostram, como a diagramação dos jornais impressos, os trejeitos dos telejornais e mesmo a narrativa dominante no cinema. Enquanto alguns, como os latino-americanos, buscavam ser declaradamente civilizados, outros países em processo de comunicação mais avançado já desenvolviam estudos em que teóricos criticavam os conteúdos tendenciosos que foram responsáveis – ou pelo menos grandes agentes – por cenários político sociais tenebrosos. Os EUA inauguraram as relações públicas governamentais para cuidar da imagem do governo nos media e Hitler deu grande atenção aos media, tanto que teve como ponto chave de sua estratégia de dominação e persuasão o uso inteligente deles.

A introdução da fotografia na imprensa, pela primeira vez em 1880, mas corriqueiramente a partir da década de 1920, desencadeou um processo revolucionário na

---

<sup>4</sup> Mídia, em português do Brasil, é o mesmo que Media em Portugal.

maneira do homem vulgar ver as coisas do mundo. Esta janela tornou possível a visualização de acontecimentos e pessoas mundialmente importantes dentro de jornais e revistas. Antes só era possível ao homem comum enxergar o que se passava a sua volta e o que sua imaginação conseguisse recriar a partir de relatos escritos e desenhos. A fotografia inaugurou os *Mass Media* visuais e logo se tornou instrumento de propaganda e manipulação. Sendo os donos da imprensa a indústria, as finanças e o governo, era natural que somente fossem publicados os assuntos consoantes com os interesses destes. (Freund, 1995: 106 e 107)

## 2.1 – Um Pouco Sobre a Atuação dos Grandes Media no Século XX

“Marcuse (1955) argumentava que a qualidade de vida estava ameaçada pelo gosto do sistema capitalista em criar falas necessidades.” (Araújo, Duque, Franch, 2013: 4)

O princípio do *Mass Media* se deu com grandes grupos que já detinham algum poder social – económico ou simbólico – controlando sua produção. Não se trata de uma conspiração. Os aparatos que sustentavam o *Mass Media* eram máquinas tecnológicas avançadas e escassas em seu tempo. É natural que aqueles que já detinham capital para investir fossem os primeiros a explorar este mercado promissor.

O mercado da Comunicação de Massa revelou-se não só economicamente atrativo mas também importante na formação do imaginário coletivo e das trocas culturais. A posição do emissor na relação da comunicação de massa era e ainda é bastante privilegiada, pois este tem a “possibilidade de rejeitar ou enfatizar as informações” (Halloran, em Wolf, 2009: 183) que lhes são convenientes. Schlesinger chega mesmo a afirmar que “(...) as notícias são, entre outras coisas, ‘o exercício do poder sobre a interpretação da realidade’” (Wolf, 2009: 234).

Os líderes dos EUA, pioneiros no uso das relações públicas, afirmavam seu compromisso com o “controle da mente da população”. Conseguiram com isto, durante a década de 1920, subordinar a população quase que totalmente ao poder do mundo dos negócios (Chomsky, 2013: 22). Freund também colabora para montar o cenário desta atuação dos media nos EUA quando afirma: “O papel predominante da publicidade está intimamente associado à transformação de uma América agrícola numa nação industrial.” (1995: 136)

O exemplo alemão de manipulação explícita dos *Mass Media* teve consequências desastrosas para o mundo. Hitler nacionalizou todos os media alemães quando ascendeu ao poder. Censurou também produções culturais de outros países como filmes e discos de jazz. Aproveitou-se de uma conjuntura classificada como perigosa por Chomsky (2013: 13) em que

a classe instruída apoiou a propaganda política do governo e, paralelamente, deixaram de existir espaços para discussão e contestação de ideias. Hitler montou um aparato mediático tão bem sucedido, com rádio, cinema e imprensa, que seu chefe de comunicação Goebbels é ainda hoje estudado nos cursos de comunicação social.

Os casos em que os *Mass Media* foram usados como base da estratégia de desenvolvimento dos EUA são numerosos. O cinema desempenhou um grande papel em levar o *american way of life* aos quatro cantos do mundo e assim abrir as portas dos outros países para seus produtos. O *jazz* foi a sensação das décadas de 1920 e 1930 e o *rock and roll* gerou frenesi nas novas gerações a partir da década de 1950. A revista *LIFE* (a partir de 1936) foi a mais importante do mundo por cerca de quarenta anos e muitas outras revistas assumiram seu legado. O “fazer conhecer-se” através dos produtos culturais tornava eficaz a publicidade dos produtos americanos, uma vez que o público ao redor do mundo havia se tornado familiar à cultura americana. Mas nem só de comércio eram feitos os conteúdos mediáticos.

Em 1937 uma importante greve ocorria nos EUA. Desta vez, porém, os senhores dos negócios, que controlavam os media e dispunham de vários recursos, não usaram a tradicional – até então – violência contra os grevistas. Eles investiram em propagandas que classificavam os grevistas como desordeiros que apenas atrapalhavam os negócios e os interesses da sociedade. O método deu certo e ficou conhecido como “a fórmula do Vale Mohawk”. (Chomsky, 2013: 24 e 25)

Antes da guerra da Coreia a imprensa norte-americana não publicava imagens que pudessem questionar os motivos da guerra ou torná-la impopular. Mas quando, por outros motivos, a impopularidade começou a ganhar espaço, começou-se também a publicar imagens como as que ficaram muito famosas sobre as atrocidades da guerra do Vietnã. Ou seja, imagens que demonstravam o sofrimento dos adversários e dos inocentes em oposição à imagem de triunfo bélico como foi o caso do “cogumelo” atômico em Hiroshima. (Freund, 1995: 161)

Esta última conjuntura apontada por Freund explicita os limites de atuação dos Grandes Media. Se na fórmula do Vale Mohawk pôde-se verificar o triunfo de uma campanha mediática, na situação das guerras da Coreia e do Vietnã os media adequaram-se aos anseios populares que começaram a questionar a necessidade e os métodos da guerra. A conclusão que se pode tirar deste último caso é que, embora tenha sua relevância e influência na formação da opinião pública, os Grandes Media são, antes de tudo, negócios que visam o lucro e, normalmente, como é o caso principalmente da imprensa, a maior parte dos lucros vêm dos anúncios publicitários. Estes anúncios são valorizados de acordo com o tamanho da

audiência que atingem, portanto é preferível adequar-se às demandas sociais do que perder os clientes que formam as audiências. Neste cenário de domínio dos Grandes Media sobre os processos de comunicação de massa o século XX se esvai, mas antes apresenta um revolucionário embrião: a internet.

## **2.2 - O Impacto do Ciberespaço na Comunicação de Massa**

“Pois, se de um lado, a globalização trabalha o processo avassalador do mercado aprofundando a perversidade sistémica que implica e produz o aumento da pobreza e a desigualdade, do desemprego já crónico, ou de doenças que, como a SIDA, se tornam em epidemias devastadoras nos continentes mais atingidos; de outro lado, a globalização representa também um conjunto extraordinário de possibilidades que se apoiam em factos radicalmente novos entre os quais sobressaem dois: um, a enorme e densa mistura de povos, raças, culturas e gostos que — embora com grandes diferenças e assimetrias — se estão a produzir em todos os continentes, fazendo emergir, com muita força, outras cosmovisões que põem em crise a hegemonia do racionalismo ocidental; e o outro, as novas tecnologias que estão a ser crescentemente apropriadas por grupos de sectores subalternos possibilitando-lhes uma verdadeira “vingança sociocultural”, isto é, a construção de uma contra-hegemonia ao longo e ao largo de todo o mundo.” (Barbero, 2014: 5)

O princípio do século XXI trouxe grandes mudanças aos processos de comunicação de massa e interpessoais. A evolução – cada vez mais frenética – da tecnologia da informação (TIC) aliada à popularização da internet gerou um cenário mundial de fluxo de informações em tamanha escala que a humanidade nunca havia presenciado.

As tecnologias utilizadas pelos grandes media também se popularizaram: impressoras e equipamento audiovisuais associados a aparatos digitais baratearam e aceleraram os processos de produção de conteúdo, ao passo que a internet tornou ridiculamente barato a publicação dos mesmos. A internet permite ainda a fácil disseminação de várias matrizes de linguagem ao mesmo tempo: som, imagem e texto.

O novo cenário favoreceu o aparecimento de novos grupos de comunicação e mesmo os indivíduos sem a pretensão de serem empresas de comunicação habitam o ciberespaço e

são emissores de conteúdo. Dizer que estes novos grupos e indivíduos, com raras exceções, têm o mesmo alcance, credibilidade e lucro dos grandes media é extrapolar qualquer optimismo revolucionário. O que existe de facto são novas tendências e ideologias que têm ganhado força beneficiando-se das facilidades de comunicação advindas do uso do ciberespaço. É possível dizer que hoje mais pessoas encontram – mesmo que apenas no ciberespaço – outras pessoas com interesses afins. Teóricos como Lúcia Santaella (2003: 76) demonstram o anseio por ocupar estes espaços de maneira diferente da tradicional:

“Se a ocupação do espaço era impossível nos meios de massa, o ciberespaço, diferentemente, está prenhe de vãos, brechas para a comunicação, informação, conhecimento, educação e para a formação de comunidades virtuais estratégicas que devem urgentemente ser exploradas com um faro que seja política e culturalmente criativo, antes que o capital termine por realizar a proeza de colonizar o infinito.”

A pulverização dos emissores é uma das marcas desta nova configuração da comunicação. Isto, em princípio, permite o surgimento de vários nichos de veículos de comunicação ultra especializados. A publicidade saiu na frente na maneira de explorar estes novos espaços, o que pode ser verificado pelo quão direcionados são os anúncios no ciberespaço, fruto de poderosos algoritmos que vasculham as ações dos internautas, suas palavras utilizadas e seu histórico de navegação *online* para vender-lhes aquilo que supostamente é de seu interesse. Uma tendência que se pode confirmar no futuro é de que os grandes meios generalistas percam gradativamente sua força e a atenção fique cada vez mais setorizada.

É interessante frisar que vários processos ocorrem ao mesmo tempo. Dizer que existe a tendência de perda de força dos meios generalistas não é o mesmo que dizer que eles vão desaparecer. A sociedade global que se vive hoje tem parte de sua eficácia creditada ao facto de que inúmeras referências tornaram-se mundiais e, portanto, estão presente no imaginário coletivo de quase toda gente – referindo-se ao quinhão conectado à comunicação global –, ainda que as diferentes culturas possam interpretar os mesmos factos de maneiras muito distintas. Eventos desportivos internacionais são um dos fenómenos compartilhados por um grande número de nações, também os atores e filmes de Hollywood. Não é possível dizer se esta sociedade global poderá organizar-se sem as grandes referências compartilhadas que facilitem a comunicação e o entendimento entre os povos.



### **2.3 - Produção dos Grandes Media Versus Produção Independente**

A oposição dual entre os Grandes Media e a Produção Independente carece de alguns pressupostos. Em primeiro lugar, é válido lembrar que se trata neste trabalho da produção dentro do campo da Comunicação Social e do *Mass Media*. Em segundo lugar, é preciso dizer que não se trata de estabelecer uma relação maniqueísta entre o bem e o mal, já que não haverá em si juízo de valor, mas a análise do que envolve o processo de comunicação destas duas formas atuação. Em terceiro lugar, é imprescindível estabelecer a linha que, para os fins deste trabalho, distingue os Grandes Media dos Media e Produtores Independentes.

O pressuposto anti-maniqueísta é necessário, sobretudo, pelo que foi dito anteriormente sobre a atuação dos grandes media no século XX. Sobressaem assim os casos explícitos de manipulação através de processos de comunicação de massa controlada pelo governo ou pela comunidade dos negócios. Sabe-se que nem só de manipulações vivem os Grandes Media que, por vezes, podem prestar diversos serviços de utilidade pública e até serem instrumento de pressão popular.

A fronteira aqui traçada entre os Grandes Media e os Independentes advém do facto histórico já mencionado de que os primeiros donos dos Media foram a indústria, os grandes capitalistas e os governos. Abrir um negócio mediático nem sempre foi tão simples quanto é hoje e, portanto, os primeiros donos dos Media tiveram tempo suficiente para erguerem verdadeiros impérios de comunicação. Estes tantos são que é relativamente difícil mensurar quem pertence a quem na infinidade de logótipos de marcas de grandes produtoras de conteúdos, agências de notícias, produtoras de entretenimento e tantos outros segmentos da comunicação de massa. Estes grupos, os Grandes Media, dominam com muita vantagem o mercado da comunicação social.

A principal característica da produção e dos media Independentes é ser representada por novos, e na maioria pequenos, grupos ou empresas de comunicação que não têm ligação com os históricos conglomerados do universo da comunicação. Tão simples assim, no caso de um músico independente, seria aquele que grava, em casa ou em um estúdio alugado por si, suas canções e as coloca diretamente na internet sem intermediação de grandes gravadoras. Os jornalistas podem ter seus próprios sítios ou blogs de notícias e a pequena empresa pode ter seu próprio canal de comunicação na internet com conteúdo exclusivo. Isto não garante a qualidade ou a idoneidade destas produções, mas acabam sendo alternativas para muitas pessoas e empresas que querem explorar o ramo da comunicação mediática. O espaço e os

agentes que discutem a verdade com – possível – grande alcance no tecido social começam a se ampliar.

É uma tentação pensar que se os jornalistas fossem independentes dos vínculos com instituições, o profissionalismo da profissão garantiria informações imparciais e corretas. Porém o próprio profissionalismo, seus valores e rotinas, condicionam restrições significativas para a produção/colecta de informações (Golding-Elliott, 1979, em Wolf, 2009: 188 e 189). O que foi dito por Golding-Elliott sobre o jornalismo é válido também para a publicidade e para a produção mediática em geral.

A principal função de se estabelecer a dualidade entre as produções é de explicitar quem está publicando determinado conteúdo mediático, já que, por razões óbvias, não convém à empresa de comunicação publicar factos que prejudiquem a si mesma de alguma forma. Fosse outro o ramo pesquisado poderia esta manobra ser classificada como conflito de interesses. Wolf (2009: 189) diz que:

“Dos meios de comunicação de massa – que constituem um núcleo central da produção simbólica nas sociedades atuais – é necessário conhecer não apenas os sistemas de valores, de representações, de imaginário coletivo que eles propõem, mas também o modo, os processos, as restrições e as limitações com que se realizam.”

É comum que profissionais liberais e criativos contribuam com os meios de comunicação de massa. Os jornais publicam, por exemplo, fotos, contos, crônicas e vídeos, estes últimos apenas em suas páginas na internet. Mas a forma como este trabalho criativo e até mesmo artístico é conduzido depende muito de quem paga a conta e aguenta as consequências. Um fotógrafo que trabalha para um jornal vai, provavelmente, tirar as fotos que o jornal precisa, mesmo que isso possa eventualmente ir contra algum princípio estético ou ético seu.

Bóris Kossoy (2001: 107) diz que o conteúdo fotográfico é o resultado da seleção de um fotógrafo acerca de diferentes aspectos de uma realidade primeira. A decisão, portanto, é do fotógrafo, embora possa passar a sofrer a influência de registrar para si mesmo ou para outrem – cliente ou empresa. Gisele Freund (1995: 156) alerta que as legendas das imagens fotográficas podem alterar completamente o sentido de sua interpretação, o que faz da sua objectividade fotográfica uma mera ilusão – ou, no mínimo, relativa; grifo meu.

Martine Joly em seu livro sobre introdução a análise da imagem elucida que para compreendê-la, a imagem e mais especificamente a imagem publicitária, é necessário

compreender a que tipo de público aquela mensagem foi direcionada. Embora outros aspectos devam ser levados em consideração, a identificação do público-alvo, segundo ela, é imprescindível. (2012: 55)

Os *gatekeepers* – profissionais responsáveis por selecionar o conteúdo dos periódicos –, à exemplo dos selecionadores de conteúdos dos periódicos científicos, não baseiam suas decisões apenas em suas próprias opiniões ou na relevância/receptividade para/do público, do qual, por vezes, dispõem de pouca informação. Grande parte de suas escolhas são baseadas em princípios institucionais ideológicos, aspirações pessoais de promoção, satisfação dos padrões e respeito por parte dos colegas de trabalho. (Wolf, 2009: 186 e 187)

A prática quotidiana desta realidade dual muitas vezes se reflete na já citada luta pela verdade dos factos. “Contamos a verdade no melhor do nosso saber e da nossa crença”, dizia Harry R. Luce sobre a linha editorial da revista *LIFE* (Freund, 1995: 141). Ora, os media como extensões que são dos seres humanos, independentes ou não, sempre serão condicionados pelos filtros culturais já debatidos no primeiro capítulo. O fato que agrava a situação entre os Grandes e os Independentes é que não se trata apenas de filtros culturais diferentes, mas da defesa de certos tipos específicos de interesse.

A alternativa que a atuação independente dentro da comunicação social pode colocar em questão é a possibilidade de não se ater ao que está dentro do interesse dos Grandes Media. É possível pautar as discussões sociais, e isto quer dizer divulgar artistas – músicos, cineastas, fotógrafos, escritores e etc. –, notícias e levantar temas que não tem interesses económicos ligados aos Grandes Media. Ou ainda reinterpretar os mesmos factos de maneira diferente.

O cantor e compositor brasileiro Lobão denunciou na década de 1980 um esquema de divulgação das grandes gravadoras do mercado da música que certamente teve e tem similares em outros países, no Brasil chamou-se de Jabá. O Jabá consistia numa prática realizada pelas maiores gravadoras de música do país que pagavam um montante X em dinheiro para que as rádios, emissoras de televisão e jornais tocassem, mostrassem e falassem apenas de seus artistas, ou seja, aqueles que tinham contratos assinados com as gravadoras. Como o cenário dos *Mass Media* era extremamente restrito e controlado pelos grandes grupos, as perspectivas de quem não se alinhasse ao estilo das gravadoras eram as mais tenebrosas possíveis. Muitos artistas que romperam com as gravadoras dominantes foram mesmo apelidados por elas de “malditos”, casos de Jads Macalé, Tom Zé e tantos outros. Esta síntese do Jabá é aplicada ainda hoje, não só ao universo musical, mas também da literatura, do cinema e da indústria cultural – termo aqui utilizado para designar a produção cultural

comercial comandada pelos grandes grupos – como um todo. A diferença é que, sobretudo a partir do ano 2.000, o *Mass Media* não se restringe mais apenas aos Grandes Media.

A existência de grupos de comunicação e artistas independentes é imprescindível em um mundo povoado por realidades semi-imaginárias com verdades e realidades imprecisas e incontáveis necessidades étnico sociais. Se, como acreditam Lipovetsky e Serroy, “não se trata de mudar o mundo, mas de civilizar a cultura-mundo” (2010: 37), não há outro caminho diferente da ocupação dos espaços urbanos e ciberespaços pelo debate de ideias e pelas trocas sensíveis que promovam o entendimento entre as pessoas e conduzam às soluções pacíficas e regionais dos muitos problemas que vivem hoje as nações. Isto é impensável em um cenário em que poucos grupos detêm o controle de toda a comunicação de massa. Aprofundando-se ainda mais no que seria um problema político da atuação dos intelectuais colocado por Foucault, e pode aqui ser colocado apenas como um problema político que concerne a todos e que pode ser particularmente impulsionado pela produção independente é que: “O problema não é mudar a consciência das pessoas, ou que elas têm na cabeça, mas o regime político, econômico e institucional de produção da verdade.” (2014: 54).

Antes de prosseguir é necessária uma última ressalva para honrar o compromisso anti-maniqueísta já colocado. Dizer que uma produção é independente não é o mesmo que afirmar que sua produção ideológica seja alinhada a estas ações revolucionárias citadas, com amplas discussões e olhar desvinculado dos grandes processos comandados pelos Grandes Media. Em suma, a produção independente permite, mas não se restringe a estes tipos de atuação.

## **2.4 – Produção Independente Através da Linguagem Fotográfica**

A introdução da fotografia neste capítulo se faz necessária porque os capítulos subsequentes serão baseados em trabalhos de comunicação independentes que utilizaram a fotografia como linguagem. É de grande valia, diante disto, que algumas peculiaridades desta linguagem sejam colocadas já em questão.

Premissas importantes acerca da linguagem fotográfica tiradas das pesquisas de Kossoy e Freund já apareceram diluídas anteriormente neste trabalho. Dentre elas é válido destacar dois pontos: que a escolha de apertar o botão da câmara é do fotógrafo, mas este pode ser influenciado se estiver fotografando a serviço de alguém, como disse Kossoy e será reforçado adiante por Freund; esta também disse que as legendas podem alterar o significado das fotografias, e aqui se pode estender este pensamento afirmando que a disposição final das

imagens – as legendas, o local de apreciação, o tamanho e etc. – pode influenciar na percepção fotográfica.

O trabalho de Joly também traz duas contribuições pontuais para os propósitos deste: a primeira, já mencionada, é de que é imprescindível saber a motivação que levou, neste caso o fotógrafo, a produzir tal imagem, ou seja, para quem e porquê a fotografia foi produzida; a segunda é uma delimitação quanto ao próprio acto de analisar imagens. Joly diz que analisar imagens por si só pode ser em acto esvaziado de sentido uma vez que as possibilidades de interpretação podem ser quase infinitas. O primeiro capítulo deste trabalho tende a validar esta afirmativa. Portanto, Joly afirma (2012: 42) que uma imagem não pode ser analisada por si só e sim a serviço de um projeto. O projeto por trás das análises que se seguirão é o de investigar algumas possibilidades de atuação na comunicação de massa independente.

Achutti diz, sobre a fotografia etnográfica, que o fotógrafo deve assimilar o contexto cultural que fotografa, assim como quem recebe as fotografias de estar ciente do contexto (1997, 76). O que reafirma a questão de *para quem e o porquê* das mensagens visuais, neste caso, as fotografias, serem produzidas e da necessidade de contextualização das mesmas, posto que uma legenda pode alterar seu significado como já afirmado antes por Freund. Maresca é consoante a Achutti quando diz que:

“Publicar fotografias do campo – mas, igualmente, um maior número de outros dados primários –, aumentaria a transparência do dispositivo de interpretação, oferecendo aos outros, que não o autor, a possibilidade de atestar a pertinência das hipóteses formuladas.”

(Achutti, 1998: 117)

Sontag amplia nossa percepção fotográfica com alguns apontamentos pontuais quando diz que “fotografar é atribuir importância” (Sontag, 2004: 13) – esta talvez seja uma característica que permeia toda e qualquer a fotografia. Diz também que a fotografia passou a ser referência imagética do mundo, em muitos casos, com mais força que nossos próprios olhos porque “o papel da câmera no embelezamento do mundo foi tão bem-sucedido que as fotos, mais que o mundo, tornaram-se o padrão do belo.” (Sontag, 2004: 101).

No século XIX a literatura sofreu um processo de transformação por consequência da evolução das técnicas industriais que impulsionaram a imprensa. Já naquela época a publicidade era a principal fonte de renda dos periódicos e a introdução do romance-folhetim em 1836 selou um esquema de literatura industrial. Sua tônica era moldar-se ao

gosto dos assinantes para que o fluxo de circulação dos periódicos não diminuísse, garantindo o atrativo aos anunciantes publicitários. (Freund, 1995: 50)

A evolução das técnicas não afectou somente a literatura. A fotografia teve suas particularidades. Antes de entrar massivamente na imprensa, o ofício do fotógrafo passou por algumas transformações advindas da popularização do processo químico fotográfico. Quando surgiu, a fotografia era utilizada por um número restrito de fotógrafos que dispunham do dinheiro para comprar o equipamento e do conhecimento para manipular os químicos. Os fotógrafos reivindicavam o status artístico para seus trabalhos e estabeleceram uma atividade comercial com base, principalmente, na produção de retratos pessoais, antes um costume da aristocracia, quando pintado por artistas, e agora popular entre a ascendente burguesia.

A pesquisa em torno do processo fotográfico foi algo intenso no século XIX e várias maneiras de se criar imagens com a luz foram descobertas, restando as mais eficazes do ponto de vista imagético e do ponto de vista do comércio – rapidez de entrega do produto final e esquema de produção e venda de equipamentos necessários ao processo fotográfico. Quando o processo fotográfico torna-se mais barato e a Kodak lança a câmara com o histórico *slogan* “aperte o botão e nós fazemos o resto”, os fotógrafos amadores surgiram aos montes e também as fotos foram feitas sobre os mais diferentes temas, desvalorizando em princípio a função do fotógrafo profissional, que renascerá mais tarde, principalmente graças ao fotojornalismo e a publicidade.

O ponto de reflexão da contextualização histórica da fotografia é ressaltar os processos que influenciam na produção do fotógrafo. Este, que tem o poder da escolha não o faz somente com sua concepção de mundo, mas segundo suas intenções pessoais ou profissionais. Freund (1995: 20) dirá que:

“A objectiva, esse olho pretensamente imparcial, permite todas as deformações possíveis da realidade, já que o carácter da imagem é determinado, a cada vez, pelo modo de ver do operador e pelas exigências de seus mandantes.”

Kossoy afirmará também que o fotógrafo, quando seleciona os assuntos a serem registrados e os organiza em determinada composição, recortando a realidade, atua como um filtro cultural (2001, p. 43). Em suma, a atuação do fotógrafo como um filtro cultural foi e é um pilar importante da civilização contemporânea, e indicar a serviço de quem está este filtro cultural é a primeira pista para entender de facto essa produção.

Sobre a questão específica do uso da fotografia dentro do campo das ciências sociais Maresca (Achutti, 1998: 116) afirma que:

“Recorrer à fotografia permite (...) ver e rever, portanto, olhar melhor, melhor em todo caso, do que na urgência da situação de observação, em que o observador se encontra imbuído da necessidade de determinar qual a posição adotar; ocupado que está em procurar seu ponto-de-vista, ele deixa escapar o mais claro daquilo que ele poderia ver.”

Os capítulos que se seguirão buscarão entender através da análise imagética e da entrevista qualitativa a auto-inserção de alguns artistas independentes no campo da comunicação de massa e da ocupação de espaços urbanos e ciberespaços. Na senda dos que vislumbram nas possibilidades de atuação simbólicas uma parcela importante do processo de evolução moral e social do homem, Freund (1997: 188) diz sobre os fotógrafos:

“O que é importante é a nossa participação em experiências novas sobre o espaço. (...) O valor, na fotografia, não pode apenas ser medido a partir de um ponto de vista estético, mas pela intensidade humana e social de sua representação óptica. (...) A natureza, vista pela câmara é diferente da natureza vista pelo olho humano. A câmara influencia a nossa maneira de ver e cria a nova visão.”

E quantas pessoas carregam hoje uma câmara fotográfica em seus bolsos para descreverem com imagens a realidade segundo seus olhos?

“A descrição e o estudo das novas práticas de socialidades pós-territoriais e midiáticas constituem, sem dúvida, um desafio para as ciências sociais contemporâneas. Daqui a necessidade de um novo olhar e de um método que não se contente mais com a observação dos fatos sociais, mas que passe a contemplar a conexão e a eletricidade, como elementos constitutivos do social e das subjetividades contemporâneas.” (Di Felice, 2009: 169)

O fácil acesso e a ampla disseminação fotográfica e imagética indicam que a imagem pode ganhar um espaço maior na comunicação básica onde reina, através dos séculos, a escrita. Di Felice destaca que, no pensamento de Heidegger, a história é a história das

palavras, ou seja, que é repassada através da linguagem (2000, p.55). Guimarães e De Oliveira reivindicam, em seu artigo intitulado “Entre textos e imagens: virações de um diário de pesquisa”, a imagem como narrativa âncora do que ele querem contar (2008: 234). Questionam o porquê de uma imagem não poder contar narrar por si mesma. Há uma supremacia da palavra em termos de registro histórico. Achutti (1997) coloca, ou tenta colocar, imagens e palavras em pé de igualdade quando decide publicar um livro com duas entradas possíveis. Uma pelos textos, outra pelas imagens.



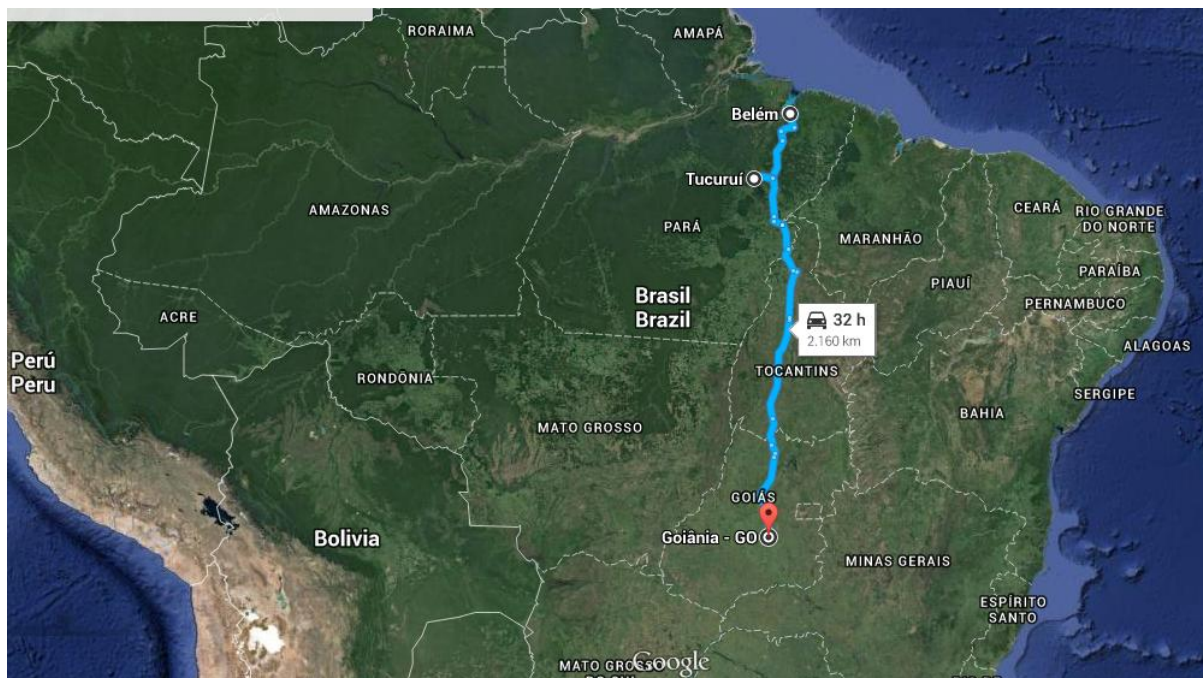
### Capítulo 3 - O Lago do Esquecimento: um livro de Paula Sampaio

“No fundo a Fotografia é subversiva, não quando aterroriza, perturba ou mesmo estigmatiza, mas quando é pensativa.” (Barthes, 1984:62)

O trabalho em questão de Paula Sampaio é um livro que contém setenta e duas páginas com fotos, depoimentos e textos que abordam e pensam a mesma situação: a Usina Hidrelétrica do Tucuruí. Para a realização desta obra faraônica – a usina – foi necessário construir o Lago do Tucuruí, a 480 km da capital do estado do Pará, a cidade de Belém, na região norte do Brasil.

O capítulo terceiro irá analisar o trabalho de Paula levando em consideração alguns dos parâmetros citados nos capítulos anteriores. Antes de se colocar em questão a obra acabada do livro é necessário explicitar alguns aspetos extra-obra: como houve financiamento para o projeto; para quem o projeto se dirige; qual a relação da fotógrafa com o projeto; qual sua intenção ao realizá-lo. Acrescentar-se-á a todas estas ponderações às próprias palavras da autora que foi entrevistada para elucidar alguns pontos e evitar possíveis suposições vãs.

A entrevista com a autora se deu via *email*. O principal motivo para tanto é a distância entre a autora e o pesquisador deste trabalho. Belém, a cidade da primeira, fica a 2.160 km (distância em rodovia) de Goiânia, a cidade do segundo. A intenção primeira era que a entrevista acontecesse através de alguma ferramenta que permitisse a conversa em simultâneo, mas a agenda da fotógrafa estava demasiada cheia. Ela trabalhava em duas instituições, sendo uma um jornal, e estava com uma sobrecarga de trabalho porque substituíra o chefe que estava de férias. O resultado, ainda assim, foi elucidativo. A imagem que se segue expressa a relação geográfica entre os lugares apontados.



### 3.1 – As Questões Extraobra

“Extra-obra” é uma maneira de designar, neste trabalho, aspectos da produção que não são a obra em si, mas aquilo que envolveu e envolve sua produção e existência. Mais uma vez não se trata de um juízo de valor, mas de um pressuposto importante para apurar possíveis tendências que podem ter algum tipo de influência no pensamento expresso na obra.

Paula conta em entrevista que a iniciativa do trabalho partiu de sua vontade própria. Ela tirou férias de seu emprego regular em Belém e foi para TUCURUI, local que já havia fotografado antes “sob outros aspectos”. As árvores chocaram-na, foi como um “soco no estômago”, disse. E disse mais:

“Voltei pra Belém decidida a fazer esse trabalho e divulgar essa situação. A presidente da Fundação Romulo Maiorana viu por acaso as primeiras fotos que eu tinha feito, gostou muito e me convidou para uma participação especial no Arte Pará de 2012 que incluía subsídios para mais uma viagem de documentação ao lago. No fim de 2012 mandei um projeto de realizar mais uma etapa desse trabalho para o prêmio Marc Ferrez, deu certo, e com isso conseguir fazer mais uma viagem ao lago e editar, imprimir e distribuir gratuitamente um livro com o resumo desse ensaio.”

O prêmio Marc Ferrez de fotografia é promovido pela Fundação Nacional das Artes (FUNARTE). Esta fundação promove diversas ações para fomentar a produção artística brasileira nas mais diferentes áreas como o teatro, a dança, a arte circense, a música e as artes visuais. Criada 1975 é uma instituição ligada ao Ministério da Cultura brasileiro e, nos últimos anos, elege os projetos a serem fomentados mediante um edital público de seleção, com jurados que se alteram e têm reputação profissional destacada. É, de facto, uma das maiores instituições brasileiras de fomento à arte.

Uma questão pertinente neste momento é: sendo uma instituição governamental, a FUNARTE seleciona trabalhos que possam denegrir ou, mesmo que em pequeno grau, ser contra as ideias do governo em exercício? Não foram pesquisados dados históricos da FUNARTE para detectar possíveis períodos em que suas ações pudessem ter sido rotuladas como tendenciosas. O que pode ser dito é que desde 2002, ano que Gilberto Gil, compositor e cantor de destacada carreira internacional, assumiu o Ministério da Cultura brasileiro, deixando-o oito anos mais tarde, é que os editais sempre tiveram critérios pré-definidos e pautados nos méritos artísticos e de relevância cultural, sem posições políticas específicas.

A própria aprovação de O Lago do Esquecimento é um facto que comprova o não boicote a ideias politicamente contrárias e, portanto, certa maturidade neste processo. Isto pode ser afirmado porque a discussão central que permeia o trabalho de Paula é do impacto devastador da construção de grandes barragens que alimentam as usinas hidrelétricas. Mesmo que esta seja considerada uma energia limpa (ambientalmente correta) e de baixo custo. O governo brasileiro constrói neste momento em Belo Monte, também no estado do Pará, aquela que será a terceira maior usina hidrelétrica do mundo. Desta vez, porém, muita informação sobre a usina pode ser encontrada na internet e vários protestos tentaram impedir sem sucesso que a construção começasse. Índios estão sendo mais uma vez relocados, perdendo as terras onde sempre existiram. Muitos já anunciaram que não deixarão suas terras e que é melhor que o governo os matem afogados. Outros ameaçam um suicídio coletivo. As obras da usina continuam. O ensaio de Paula é, portanto, contrário às ações do poder público vigente. O governo planeia ainda construir dezenas de outras usinas de pequenos porte até 2020, o que sempre acaba ignorando de alguma forma as diretrizes de preservação ambiental e os estudos de impacto, à exemplo do que a obra de Paula mostra sobre a usina do Tucuruí.

Paula diz, quando questionada se o Lago do Esquecimento seria um apelo, que o livro “É um grito. O meu grito.”. Seu livro, portanto, pode ser considerado de pensamento independente. Ela teve a liberdade, ou “o poder”, como disse, de escolher o tema, a abordagem e a edição final. Não poderia ter levado a cabo, porém, se não tivesse obtido ajuda

de uma grande instituição, o que impede que a obra seja 100% independente de acordo com os parâmetros colocados neste trabalho. A favor do conteúdo independente e da intenção simbólica, artística e política pesam também os factos do livro ter destruição gratuita – sua venda é crime – e o mesmo estar disponível<sup>5</sup> para *download* no sítio virtual de Paula. Trata-se, portanto, de um processo híbrido.

### **3.2 – Descrição e análise de O Lago do Esquecimento**

A carta de um semianalfabeto (Paula-01) no prefácio desmonta o espírito objetivo de cidadão pragmático. Já ali é possível vislumbrar outro universo que se avizinha. Em seguida a brisa poética dá pistas da motivação da autora: "Ao amor, que nos devolve à natureza, Paula Sampaio". As fotografias são todas em Preto e Branco.

A primeira fotografia (Paula-02) mostra uma obra arquitetônica imensa, com suas linhas retas, verticais e horizontais, típicas das construções humanas. Em primeiro plano há uma cerca de arames farpados que remete à impossibilidade de aproximação, à intangibilidade do desfrute da obra. Os postes na parte de cima da barragem, onde parece haver uma passarela ou algo assim, dão a noção da escala da obra, trata-se de algo gigantesco, faraônico. As texturas das paredes que parecem musgos revelam, talvez, um contato com a água? Contato este que deixa a humidade como vestígio.

A segunda foto (Paula-03) é um corredor em curva, um túnel de automóveis. Como se agora o leitor adentrasse um universo particular e iniciasse uma jornada. A imagem parecer ter sido feita a bordo de um veículo utilizando na máquina fotográfica uma velocidade de, talvez, 1/25 segundos e uma sensibilidade de negativo alta. Estas duas características poderiam criar a atmosfera com algum movimento nas paredes e nos halos das luzes artificiais e os grãos próprios da película utilizada. É uma imagem escura e misteriosa, vê-se que ao final da curva do corredor há luz. A luz do fim do túnel que convida o leitor a caminhar.

"A natureza à imagem e semelhança do homem é algo terrível, devastador." (Sampaio, 2013: 9) anuncia o primeiro texto do livro, assinado por Adolfo Gomes, que se dedica também à autocrítica do humano como espécie. Discorre sobre como o homem submete a natureza às suas obras, do qual o Lago do Esquecimento é um representante maiúsculo, um projeto "no meio do nada" como se na natureza existisse tal lugar. As grandes obras são, sob determinada óptica, constrangedoras, na medida em que impõem ao mundo algo que lhe é danoso. Em paralelo cria-se a arte, a expressão artística que tenta tornar a visão do próprio humano no mundo menos dura, em um esforço, talvez, para que este seja tragável

---

<sup>5</sup> <http://paulasampaio.com.br/projetos/lago-do-esquecimento/> (acessado em 07/10/2015)

aos seus próprios olhos. Um conjunto de seres que são também vítimas de si mesmos, "ruínas da Criação" como diz o texto, ou talvez as ruínas da própria criação humana e não da divina.

Na terceira foto (Paula-04) há um tronco em primeiro plano com textura explícita, típica de árvore morta, e do qual emana o que parece ser uma face humana. Lembra mesmo as esculturas dos altares suntuosos de alguma das incontáveis igrejas católicas construídas ao longo dos séculos. A face parece olhar para os céus, o que acentua a relação com a Criação, com o divino. Em segundo plano vê-se a superfície do lago, com incontáveis troncos de árvores que vêm de dentro do lago, são as copas de árvores submersas, sem nenhuma folha, como se acima da imensa superfície aquosa reinasse um deserto, sua antítese. Talvez as árvores esperem que a água se vá, talvez a natureza consiga rebrotar e por isso aguarde no que seria um estado petrificado, talvez elas estejam apenas mortas.

A quarta foto (Paula-05) também evidencia a textura de um tronco. Sua superfície é hipnotizante. As nervuras irregulares fazem desenhos que a arquitetura humana não faz, não há retas, há linhas curvas que mesmo assim apontam para uma mesma direção, apoiam-se. Ainda assim o tronco pode lembrar uma torre medieval europeia, ou um rosto monstruoso. A fotógrafa desfocou o segundo plano, mas é um desfoque que deixa transparecer o que ali há: mais árvores que agonizam no lago. No canto direito, no que seria o "ombro" do tronco em primeiro plano, o desfoque permite ver ou imaginar duas pequenas formas humanas, uma de cabeça branca olha para baixo e parece abraçar a outra que tem o olhar perdido no horizonte. Uma imagem, de certo, carregada de muita subjetividade.

Em seguida uma fotografia divide a folha com um depoimento. Trata-se de um morador do Tucuruí que explica a confluência de águas que agora forma o pauzão<sup>6</sup> na superfície do lago e relembra a beleza que era a geografia antes do alagamento, as praias e o igarapé (caminho raso de canoas). A fotografia (Paula-06) mostra um tronco em primeiro plano que se parece um arco ou um portal, e é possível ver as ondulações da superfície escura do lago; o enquadramento é de cima para baixo. Na esteira da imaginação, há uma terceira ponta de galho que sai do alto do arco e que faz as duas pernas do arco parecerem de um ser que marcha sobre o lado, com um corpo esquelético, o pescoço proeminente e a cabeça semelhante à de uma cobra.

A sexta fotografia (Paula-07) é algo, em princípio, mais evidente. Vê-se numa silhueta dos troncos em primeiro plano uma figura monstruosa com orelhas de coelho e cabeça de javali, medonha, sinistra. Dentro da cabeça do monstro ainda é possível ver/imaginar pequenas criaturas. Ao passo que o segundo plano mostra a parte mais sóbria da

---

<sup>6</sup> Pauzão é como os moradores chamam o emaranhado de troncos (pau) de árvores mortas no lago.

história, novamente o lago, as nuvens e o pauzão.

A sétima foto (Paula-08) mostra em primeiro plano uma árvore que foi ceifada quase no limite da superfície do lago. Provavelmente uma madeira de alto valor comercial que não foi esquecida. A fotografia em branco e preto retrata aqui uma superfície aquosa escura e sombria. Pela primeira vez o segundo plano não mostra apenas outros troncos agonizantes. Mais ao fundo, além do lago, é possível ver uma floresta: o limite da catástrofe. Vale ressaltar que ao definir as configurações de exposição da câmera fotográfica para se realizar uma foto, a fotógrafa decide de maneira criativa, com alguma limitação, se a algumas zonas da imagem ficarão mais claras ou escuras. Trata-se, portanto, na maioria dos casos, de uma escolha estética e de uso da linguagem por parte da fotógrafa, a exceção se dá quando condições extremas de luz causam grandes limitações ao fotógrafo. O que não parece ser o caso, ainda mais em se tratando de uma fotógrafa com mais de vinte anos de experiência profissional.

Na oitava foto (Paula-09) o tronco em primeiro plano parece adentrar a objetiva da câmera, ele quase agride o leitor. Mais afrente, emana dele um braço da árvore que se parece com uma gárgula de dentes ferozes que vocifera contra o lago e a floresta, ou seria em proteção desta?

Na nona foto (Paula-10) vê-se um pedaço de árvore com a barriga oca. No centro do enquadramento pode-se ver o reflexo desta árvore na água levemente tremulante, o que duplica a árvore e o buraco em seu interior de modo que no centro desta fotografia há um vazio, um negrume, uma natureza oca e morta, mas não a natureza morta da arte, talvez seja mais a natureza do aborto. Ao fundo há mais uma vez o limite bem definido entre o pauzão e a floresta, e esta ocupa um lugar maior, acentuando o contraste entre o aborto forçado e a natureza.

Nas páginas 24 e 25 duas fotografias dividem espaço com um depoimento sobre como foi a salvamento dos animais durante a inundação que gerou o lago. Nota-se que não houve um plano específico para isto. As transcrições das entrevistas deixam claro que os moradores têm um grau de estudo formal baixo. São semianalfabetos. Em uma das fotos (Paula-11) há vários pássaros sobre os galhos de uma árvore morta do pauzão. Diante da situação, a passagem bíblica do dilúvio parece presente.

Uma grande foto panorâmica (Paula-12), talvez seja um pôster na publicação impressa, dá ao leitor uma visão ampla do pauzão. No terço inferior e em primeiro plano da foto vê-se a superfície do lago, mais clara nesta exposição; ainda no terço inferior, as árvores em silhueta do pauzão irrompem a superfície do lago e tocam o princípio do terço superior da foto, exceto uma que invade com maior proeminência; a silhueta contrasta ainda com a

mata ao fundo, há clara distinção de como eram frondosas as copas e como é agonizante o novo estado: o pauzão.

Nas páginas 31 e 32 há, novamente, uma fotografia de pássaros pousados na copa de uma árvore do pauzão. Abaixo de suas patas pés há o lago, e todos estes pássaros da mesma espécie compartilham aquele ponto de ancoragem. Ainda na página 32 tem início o depoimento sobre a odisseia de um morador que quase morreu afogado durante o alagamento do lago. Foi salvo com sua esposa e mais oito filhos pela insistência e generosidade de um compadre que o mandou buscar. Deu-lhes também um barracão para morar. Cinco anos mais tarde naquela vida miserável, um de seus filhos achou ilhas no meio do lago e ele – o pai – disse “Rumbora pra lá” (vamos embora para lá), eles lá se instalaram e agora têm suas roças.

Da página 36 a 38 há um texto de uma jornalista e historiadora com dados perturbadores sobre a construção da barragem e seus – à época da publicação do livro – quase trinta anos de existência. A barragem foi um incentivo do governo militar à criação de um polo industrial na região, com destaque para a produção de alumina, matéria prima do alumínio. Dois terços da energia gerada pela barragem são destinados ao polo industrial. As bases ambientais necessárias à construção desta matriz energética nunca foram respeitadas. O maior serviço ambiental foi feito para amenizar o impacto posterior à construção da barragem. Algumas partes da barragem foram inauguradas em 2010 – a barragem foi inaugurada em 1984 – e ainda não está totalmente pronta como previsto antes do início da construção em 1975. Populações indígenas, ribeirinhas, fauna e flora foram postas abaixo, relocadas ou submersas, gerando impactos de ordem cultural, surgimento de doenças e pragas, redução da população de peixes e desequilíbrio ambiental.

A historiadora em metáfora compara o lago a um “Letes, o rio do esquecimento rumo ao reino de Hades, o reino da morte.”. Há outra referência mitológica a Tântalo, “o semideus punido por Zeus a passar o resto da vida dentro de um vale, onde, apesar da abundância de água e de frutos, viveria com sede e fome.”. Tântalo seriam os moradores das ilhotas que se formaram ao longo do lago. Vivem cercados pela então 5º maior usina hidroelétrica do mundo e não dispõem de energia elétrica em suas casas.

As páginas 40 e 41 trazem a fotografia (Paula-13) de um tronco largo cuja derrubada não se completou. Em primeiro plano, cobrindo todo lado esquerdo da foto até um pouco mais do que o eixo central da mesma, vê-se o corte inacabado, claramente realizado por um instrumento humano, que deixou uma “boca” aberta no tronco, uma árvore devoradora.

O intervalo entre as páginas 42 e 61 é uma dinâmica de fotos e depoimentos de pessoas que moram na região da barragem. A fotógrafa tentou expressar em texto a maneira

como as pessoas falam de facto, sem corrigir o português. Para o brasileiro, sobretudo o interiorano, é relativamente fácil compreender e imaginar como é que os entrevistados falam por não se tratar de um fenómeno isolado. Em depoimento Edmilson Pereira de Souza, 51 anos, natural de Presidente Dutra (MA), morador da região de ilhas conhecida como Goela da Morte, diz:

“É, falando do lugar, é bom, sim. Falta muitas coisas, mas já depende dos governantes, porque aqui nós não temos segurança, nós não temos nada. Cada casa é o poder de Deus. Não existe um lugar melhor aqui na região, de beleza inclusive. Não tem assistência médica, não tem, como eu falei, segurança, nem sequer a segurança pro defeso, que é proibido, não tem pra ninguém aqui. Aqui faz quem quer [...]. O que tem mais aqui é bandidagem. Tão assaltando pessoa de bem que mora aqui dentro.” (Sampaio, 2013: 50)

A evidente ausência de educação formal na imensa maioria dos entrevistados não impede que seja percebida sua sabedoria sobre a vida e sobre a região que moram. Há uma expertise por parte deles que entende como a natureza que os rodeia funciona, o hábito dos animais, as épocas de se plantar e colher os mais diversos alimentos. Mas é quase impossível não pensar que, se pudessem desenvolver o potencial mais alto do ser humano, provavelmente já poderiam ter se unido e sanado vários de seus problemas.

O final do livro trás outro texto culto de um fotógrafo, escritor e historiador chamado Pedro Afonso Vasquez. Este elogia amplamente o trabalho de Paula e coloca-o em uma linha do tempo de produções fotográficas documentais que abordaram problemas “amazônicos” e, mais especificamente, do Pará. Cita, por exemplo, trabalhos pregressos de fotógrafos como Juca Martins e Sebastião Salgado que documentaram as ações de garimpo e exploração humana na Serra Pelada. Contextualiza também a produção dentro do corpo de trabalho da própria Paula Sampaio, que desde 1990 aborda aspectos relacionados à mítica trans-amazônica<sup>7</sup>, aos incontáveis migrantes – dentre os quais estavam os pais de Paula – que foram tentar a vida naquela região, impulsionados pelas promessas de diferentes governos brasileiros em empreitadas ambiciosas que nunca funcionaram completamente. A desolação é grande, ainda que o ser humano consiga, em alguns momentos, talvez por distração, sorrir. O facto de haver o que documentar de trágico durante todas essas décadas e ainda agora é sinal de que pouco se tem aprendido dos erros. Embora os erros sejam faraónicos.

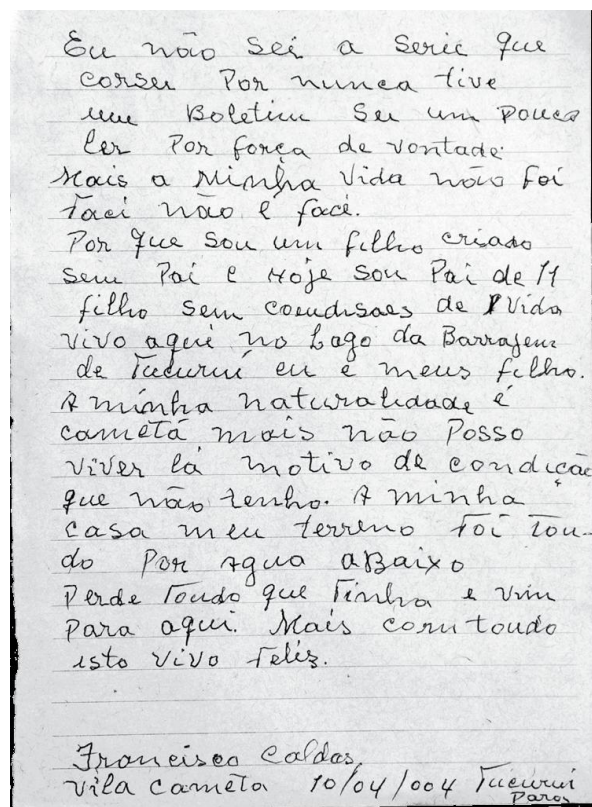
---

<sup>7</sup> Estrada de ferro nunca terminada que ligaria o litoral brasileiro, cortando as regiões norte e nordeste à costa do Chile.



O governo constrói, como já dito, outra grande barragem – maior que a de Tucuruí – no Pará enquanto este trabalho é escrito. Pelo menos outras 20 barragens estão em estudos. Mas ainda assim, elas acabam sendo construídas sem as devidas precauções e protocolos ambientais assinados ainda na década de 1930 do século XX. O livro, por fim, apresenta uma imagem (Paula-14) que, como disse Vasquez “parece ter registrado o desespero do espírito da floresta, que emerge impotente das águas que o sufocam com os braços erguidos num gesto de súplica em direção ao céu inclemente, que não lhe oferece redenção ou consolo.” (Sampaio, 2013: 67).

### 3.3 – As Fotos do Livro de Paula



Eu não sei a serie que  
correu Por nunca tive  
um Boletim Sei um pouco  
ler Por fora de vontade  
Mais a Minha vida now foi  
fazi não e faci.  
Por que sou um filho criasso  
sem Pai e hoje sou Pai de 11  
filho sem condicoes de vida  
vivo aqui no lago da Barragem  
de Tucuruí eu e meus filhos.  
A minha naturalidade e  
cameta mais não posso  
viver la motivo de condicao  
que não tenho. A minha  
casa meu terreno foi tou-  
do Por agua abaixo  
Perde tudo que tinha e vim  
para aqui. Mais com tudo  
isto vivo feliz.

Francisco Caldas  
vila cameta 10/04/004 Tucuruí  
Pará

(Paula 01)



(Paula-02)



(Paula-03)



(Paula-04)



(Paula-05)



(Paula-06)



(Paula-07)



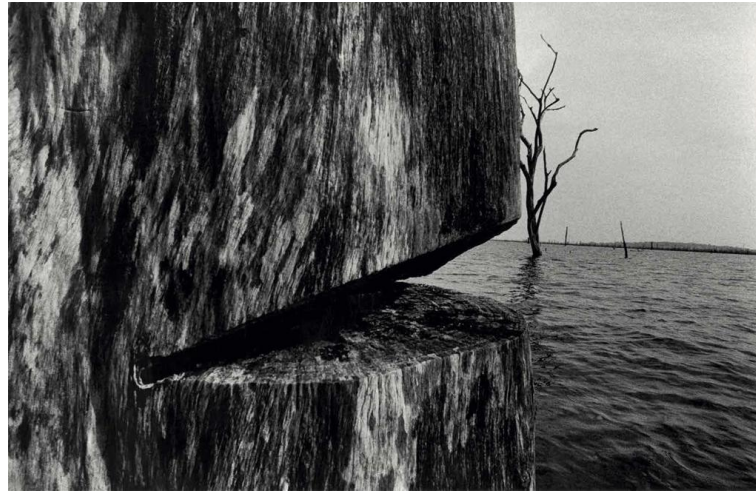
(Paula-08)



(Paula-09)



(Paula-10)



(Paula-13)



(Paula-12)



(Paula-14)

### 3.4 – O Posicionamento do Livro de Paula no “Mercado”

A palavra mercado neste subtítulo aparece entre aspas por se tratar de um situação atípica. A mercadoria criada por Paula só pode, por lei, ser distribuída gratuitamente. Ainda que para se ter acesso ao livro as pessoas necessitem de estruturas digitais (computadores/dispositivos móveis e internet) que não estão disponíveis a todos, a distribuição do produto final é gratuita. Este facto exclui um possível interesse de qualquer grande estrutura do mercado de publicações literárias que poderiam, em hipótese, investir pesado no posicionamento deste produto no mercado. Isto significaria coloca-lo em vitrines de livrarias, mandar *releases* para que jornais falassem sobre o trabalho e diversas outras ações de *marketing* e publicidade que poderiam impulsionar a distribuição do mesmo. A ausência de interesse econômico causa certa invisibilidade em um material bem acabado que poderia facilmente chegar a qualquer um que se interessasse por este tipo de publicação.

Ao falar sobre o exercício do poder pela classe burguesa que se tornou a classe dominante a partir do século XVIII, Foucault (2014: 287 e 288) disse que nem todos os processos de exclusão e impedimentos foram arquitetados pelos detentores do maior poder social. O que aconteceu, segundo ele, foi que esses detentores enxergaram possibilidades econômicas ou políticas em microprocessos problemáticos que emanavam naturalmente do corpo social, como a exclusão e medicação dos loucos, e incorporaram medidas lucrativas que sanassem estes problemas e ao mesmo tempo fizessem à sociedade “funcionar” melhor. O significado de melhor funcionamento social no século XVIII era basicamente a maior capacidade de produção industrial possível. Será que ainda hoje existe a necessidade de se aumentar a produção humana de produtos? Se não, o que seria mais importante neste início de século XXI? Mesmo sem a pretensão de responder a esta pergunta, fazê-la pareceu inevitável.

Em uma estrutura comunicacional independente que não deixe de visar audiência para seus próprios fins monetários, políticos ou sociais, mas que não seja, pelo menos não completamente, limitado ao que interessa às grandes estruturas de poder ou às necessidades da instituição abstrata que é o mercado, o livro de Paula pode ganhar espaço pelo conteúdo que apresenta, pelo pensamento, pelo valor artístico de suas fotos e pelo peso de sua pesquisa. Não por acaso ela diz em entrevista que sempre trabalhou “pensando que essas histórias (imagens, depoimentos) que recolho podem ser úteis principalmente para estudantes, professores e pesquisadores.”. O espaço acadêmico é um campo – não o único – em que, normalmente, discutem-se assuntos que não necessariamente têm que estar atrelados aos imediatismos do mercado. Onde se tenta estudar as raízes de alguns problemas e desconstruir estruturas sociais e o próprio humano.

Um livro como o de Paula Sampaio, somente em raríssimos casos, chega a ter tanta visibilidade quanto qualquer fenômeno *pop* patrocinado e/ou apoiado pelos Grandes Media e outras estruturas dominantes similares. Mesmo assim o livro não deixa de ser um ato, como ressalta Durand (1998: 42): “não nos esqueçamos de que a palavra é um gesto”, e no livro de Paula o gesto harmoniza-se em coreografias com as imagens. A autora, vale relembrar, diz que o livro “é um grito, o meu grito”. É um grito, um gesto, uma dança, é aquilo que o leitor vir nele, é também uma semente que germinará aqui e ali, uma semente de esperança. Um trabalho que visa o diálogo entre os seres humanos pelo viés de uma linguagem sensível imagética e verbal. Paula diz “faço este trabalho porque me sinto útil” e mais “fotografando e escutando as histórias das pessoas eu vivo e sinto; esta é minha forma de viver plenamente.”.

É a vida vivida em sua plenitude por Paula que oferece um trabalho como *O Lago do Esquecimento*. Não é algo que esteja única e exclusivamente voltado para a simplicidade do lucro monetário, esta ambição que mata embriões de tantas iniciativas que poderiam fazer com que a comunidade humana terrestre caminhasse por trilhos mais saudáveis.

### **3.5 – Paula entre a Independência e a Realidade**

As perguntas enviadas à Paula não continham a premissa do conceito de “independente” determinada para este trabalho, a saber, trabalhos no campo da comunicação e das artes que não têm apoio ou vínculo econômico e ideológico com as estruturas econômica e politicamente dominantes. Isto impediu que ela discutisse este ponto específico quando arguida sobre jornalismo independente e sobre a independência de seu próprio trabalho. Diante da pergunta: “Você julga que seu trabalho autoral é independente?”. Ela respondeu em uma dimensão humana mais profunda: “Não, eu dependo de muitas coisas, inclusive das pessoas que eu fotografo me aceitarem, me permitirem entrar em suas vidas. Dependo de verba, dependo de tempo.”, porque em verdade, nenhum ser humano pode dizer que não depende de nada ou ninguém para fazer o que faz.

Paula diz que sempre banca a primeira parte de qualquer projeto pessoal que inicie. A principal diferença entre seu trabalho autoral e seu trabalho de fotojornalismo no jornal onde trabalha regularmente é, segundo ela, “poder escolher o que vou fazer, e também decidir sobre o tempo.”. Sobre esse arranjo de vida ela diz:

“É uma forma difícil de viver, mas me deixa livre. Nos últimos anos tenho tido sorte e normalmente começo bancando o projeto (por escolha minha) e na sequência sempre tenho conseguido algum tipo de financiamento (prêmios, bolsas de pesquisa) que foram e são

fundamentais pra que eu continue. Só com os meus recursos não conseguiria.”

É possível notar que a motivação para execução do trabalho é mesmo um diferencial no resultado final. Este trabalho de Paula partiu de uma indignação. Ela diz:

“Me deparei com esse absurdo e não podia me calar, temos umas 5 hidrelétricas como Tucuruí sendo construídas e planejadas para rios amazônicos. Vai ser um desastre. Temos que refletir sobre as consequências dos nossos atos, e a minha forma de contribuir para essa ação é por meio da fotografia, das histórias, tentando dar voz a quem vive e sabe falar sobre essa realidade, que são os habitantes do lugar (por esse motivo fiz um livro de fotografias e depoimentos).”

Questionada sobre a realidade e a possibilidade de se inventar uma realidade fotografando ela diz: “fotografo o que vejo, mas a forma como vejo é particular, e acho que estamos sempre, todos nós, traduzindo isso que chamamos de ‘realidade’”.



#### **Capítulo 4 – Arte de Rua em Goiânia: a realidade não oficial expressa nas paredes**

A escolha pela cidade de Goiânia se deu por dois motivos principais: pela intimidade do pesquisador com a cidade de sua residência e pelo contingente populacional considerável (cerca de 1,3 milhão de habitantes) aliado à relativa inexpressividade da cidade em contexto mundial, ou seja, uma cidade não largamente abordada.

O centro de Goiânia, talvez o bairro de maior fluxo de pessoas durante o horário comercial, é um cenário urbano em que se pode observar a convivência entre a expressão dos artistas de rua, a comunicação oficial dos media com seus *outdoors* publicitários, bancas de jornais e revistas, a comunicação do trânsito (poder público) e uma infinidade sinalizações formais e informais de comércios e outras ordens.

A arte de rua não é um fenômeno que surgiu em Goiânia, tampouco pode ser considerada novidade no cenário urbano mundial. Um breve histórico no Brasil – a pesquisa de Gitahy é baseada primariamente em São Paulo e alguns outros lugares do mundo – é apontado por Gitahy (1999: 16):

“Essa manifestação, que começava a surgir no Brasil já nos anos 50, com a introdução do spray, segue pelos anos 60, passa pelos 70 e se consagra como linguagem artística nos anos 80, conquistando seu espaço na mídia, chegando à Bienal, a manchetes de jornais e até as novelas de TV, seguindo pelos anos 90 rumo à virada do milênio.”

A escolha pelo graffiti se deu pelas características sociais intrínsecas que configuram os ambientes em que ele é normalmente expressa. Gitahy (2009:18) ressalta, de maneira didática, algumas características do graffiti:

“Subversivo, espontâneo, gratuito, efêmero; discute e denuncia valores sociais, políticos e econômicos com muito humor e ironia; apropria-se do espaço urbano a fim de discutir, recriar e imprimir a interferência humana na arquitetura da metrópole.”

Um pouco mais abrangente, mas ainda assim incluindo apenas uma pequena parte do Brasil, até pela dificuldade de se abordar em profundidade muitos lugares em um país territorialmente tão grande, a publicação estrangeira Graffiti Brasil conta com mais de trezentas fotografias sobre graffiti em São Paulo, Rio de Janeiro, Recife, Olinda, Belo Horizonte e Porto Alegre – todas capitais de seus estados, exceto Olinda que é uma pequena cidade culturalmente pujante, próxima a Recife. Ainda assim, por seu tamanho e pelo volume

de graffiti, a cidade de São Paulo concentra a maior parte da atenção. Sobre as raízes do movimento a publicação diz: “With its roots in protest, graffiti provided a voice of opposition to Brazil’s social and economic problems.” (Manco; Art; Neelon; 2005: 13).

As ferramentas escolhidas para vasculhar o universo supra descrito foram a pesquisa qualitativa e a fotografia. A primeira possibilita uma investigação com poucas suposições vagas, na medida em que trabalha com a opinião de uma pessoa, neste caso um artista, sem a rigidez dos questionários de múltiplas escolhas, o que permite que o entrevistado expresse suas ideias com os devidos parênteses e vírgulas. A segunda foi escolhida pela maneira específica de sua linguagem representar a realidade. Não a realidade absoluta e definitiva dos factos, mas sim alguns recortes de realidade – ou de traduções da realidade – para ilustrar o que aqui será dito de uma maneira mais familiar à experiência visual humana. Vale ressaltar, portanto, que as fotografias aqui contidas não sofreram manipulações do tipo montagem, junção de múltiplas fotografias, ou cenários formados. Há, naturalmente, a subjetividade consciente e inconsciente do olhar do fotógrafo na escolha do enquadramento, na seleção da “realidade” expressa, na abstração que a imagem em preto e branco propõe e na edição/escolha que decide o conteúdo a ser publicado.

#### **4.1 – As Verdades Reguladas e o Manifesto Espontâneo**

A rua é de quem? Ou melhor, quem tem o direito de se comunicar pela rua? Segundo a legislação, grande parte do que pode ser caracterizado como arte de rua pode também ser enquadrado nos termos da lei como vandalismo contra o espaço público. Este princípio é fundamental para que se comece a entender as manifestações não oficiais nas ruas.

O princípio que norteia a expressão de rua é simples: uma necessidade de expressão – artística, comercial, territorial ou por sentimento de pertença – que é feita de maneira transgressora, ou ilegal. É bem verdade, no entanto, até mesmo pelo facto de não se tratar de uma novidade social, que várias destas manifestações já são aceitas, encorajadas e até mesmo contratadas. Muitos graffiteiros deixam seus contactos de telefone ao lado de seus desenhos. É também, portanto, uma área de portfólio. O graffiteiro Villaça dizia:

“Devemos procurar entender essa manifestação humana. Se somos da mesma espécie, por que reprimir, tão drasticamente, uma atividade muito menos perigosa do que as barbaridades sociais, ecológica e políticas, corrupções e violências que se sucedem a nossa vista e são enaltecidas pela mídia?” (Gitahy, 1999: 25-26)

O graffiti, bem como a internet – pelo menos por enquanto –, não tem uma regulamentação em lei própria para sua linguagem. Na prática, isso quer dizer, dentre outras coisas, que seu conteúdo não passa pelo crivo de órgãos secundários de controle como os que a publicidade, o jornalismo e a própria sinalização de trânsito são submetidos. Pode-se dizer que é o “bom senso” que o regula. O artista plástico e de rua Rustoff, entrevistado por este trabalho, disse que a polícia e algumas reações já conhecidas do público são seus parâmetros para decidir o conteúdo que ele espalha pela cidade.

Ele conta que, quando ainda era principiante em espalhar seus estênceis – técnica utilizada por ele na qual é uma figura destacada em Goiânia – pela cidade, fez um estêncil de seu próprio rosto por cima de alguns comunicados da polícia militar que estavam afixados em um muro – de forma não oficial – da região central de Goiânia. Rustoff costuma sair com outros grafiteiros quando graffiti. O amigo que o acompanhara, alguns dias mais tarde, disse-lhe que haviam recolocados cartazes novos da própria polícia no local e convidou Rustoff para que ambos refizessem os graffiti, mas este recusou, tomando aquilo como um aviso, e disse ao amigo que não queria começar uma guerra por isso.

O livro do também artista plástico e de rua Oscar Fortunato (2015: 22), lançado em fevereiro de 2015, traz uma poesia chamada *Banque-se em* que diz: “Qualquer artista goiano / que pintar dois policiais se / beijando, morre em uma / semana.”. Há, portanto, limites morais implícitos que autorregulam esse tipo de comunicação, já que ele não é regulado de maneira oficial. A interpretação das peças, contudo, assim como já citado neste trabalho, é algo muito pessoal e subjetivo, mas que faz diferença para aquele que emite a mensagem. Seja ele um artista do graffiti, um pichador (que escreve, muitas vezes em códigos, e não desenha), ou um comunicador anônimo, o artista estabelece um diálogo com alguém e não pode mensurar totalmente a resposta daquele vê. Rustoff diz:

“No meu caso, eu realmente tenho uma preocupação com o que vou fazer na rua. Não vou fazer qualquer coisa porque todo trabalho que eu coloco na rua tem um alcance que eu não consigo imaginar qual é. (...)Então eu me preocupo quanto ao conteúdo da obra, não faço algo tão esdrúxulo, também nada muito agressivo ou muito gratuito porque as pessoas veem aquilo e, com base na vida delas, tiram conclusões muito diferentes umas das outras.

Eu tenho, por exemplo, um estêncil dum velho com um chapéu militar com uma caveira no chapéu. Já fiz muito lambe desse velho. Tem gente que considera aquilo como uma crítica à polícia e ao exército,

tem policial e militar que se vê representado naquilo, não de forma pejorativa, mas como uma homenagem, entendeu? E tem gente que acha simplesmente feio porque é um velho, tipo ‘o que tem esse velho?’, em um preconceito meio bobo com velhos.”

A agressividade dos próprios cidadãos também é colocada por Rustoff como critério do que vai colocar na rua. Ele diz que apesar de não se ver contribuindo para o imaginário coletivo da maneira “profunda” como lhe coloquei a questão, nota que um corpo maior de seus trabalhos juntamente com o de outros artistas de rua vai se formando nas paredes da cidade como uma obra coletiva que está a ser construída.

A entrevista prossegue e é possível perceber que, tanto no trabalho de Rustoff, quanto de alguns outros, há uma preocupação com a cultura goiana, com o que é ser goiano hoje, viver em Goiás em meio a esta sociedade de informações globalizadas, mas de localização geopolítica remota se comparada aos grandes centros do mundo e mesmo do Brasil. Ele deixa claro que o trabalho goiano que desenvolve não é o de louvar toda e qualquer característica da cultura goiana, já que, vários símbolos dela são mesmo evitados em seus trabalhos por serem traços culturais que não o representam como pessoa. Rustoff diz que conheceu grafiteiros de Goiânia e de São Paulo antes de conhecer os internacionais e que esse seria outro fator que o levou a tentar desenhar coisas regionais, em oposição a muitos grafiteiros goianos abusavam das imagens de rappers e jogadores de basquete dos Estados Unidos e outras referências externas.

Se o cimento da socialidade, como acredita Maffesoli, são os papéis que cada persona pratica na teatralidade que permeia os grupos sociais que são formados por afetividades e expressos nas roupas e modos de se portarem de acordo com seus gostos (sexuais, religiosos e etc.) (2000, p. 108), o graffiti pode ser considerado uma convocação ideológica de um grupo que veste a cidade com sua expressão, sua maneira de ser, sua opinião política. Estes grupos, com suas diversidades, estão a promover uma assembleia, de leitura remota e, às vezes, efêmera, sobre comportamento, filosofia e demais questões próprias do social e da socialidade. Conscientes ou não, os artistas de rua e todas as pessoas que decidem se expressar no corpo social através de mensagens remotas estão criando esferas de discussão. Talvez não no sentido tradicional do diálogo face a face, mas de certo que há um pensamento social expresso para que outra pessoa o interprete. É um verdadeiro trabalho de influência e construção do imaginário coletivo, muito embora não seja agente único das construções sociais. Maffesoli (2000: 27) afirma que “o ideal comunitário de bairro ou aldeia, age mais

por contaminação do imaginário coletivo do que por persuasão de uma razão social.”, daí sua importância.

#### 4.2 – Um Passeio Fotográfico Pelas Ruas de Goiânia ou *Strep Tease Your Self*



(Img. 01)



(Img. 03)



(Img. 02)



(Img. 04)



(Img. 05)



(Img. 06)



(Img. 07)



(Img. 08)



(Img. 11)



(Img. 12)



(Img. 13)



(Img. 09)



(Img. 10)



(Img. 14)



(Img. 15)



(Img. 16)





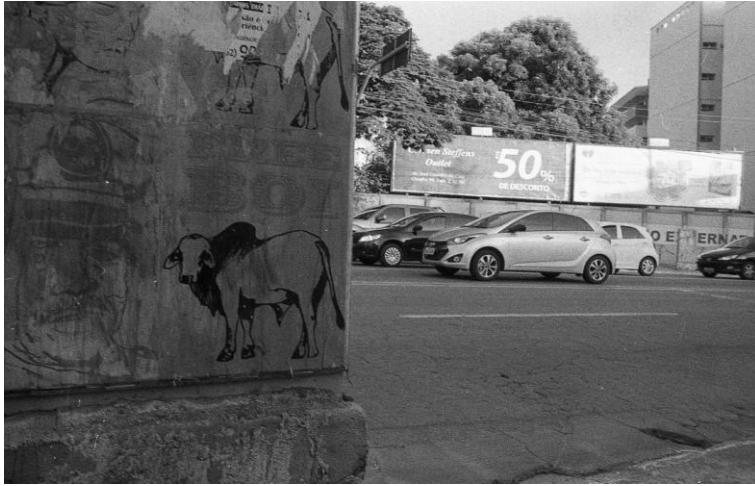
(Img. 17)



(Img. 18)



(Img. 19)



(Img. 20)



(Img. 21)



(Img. 22)



(Img. 23)



(Img. 24)



(Img. 25)



(Img. 26)



(Img. 27)



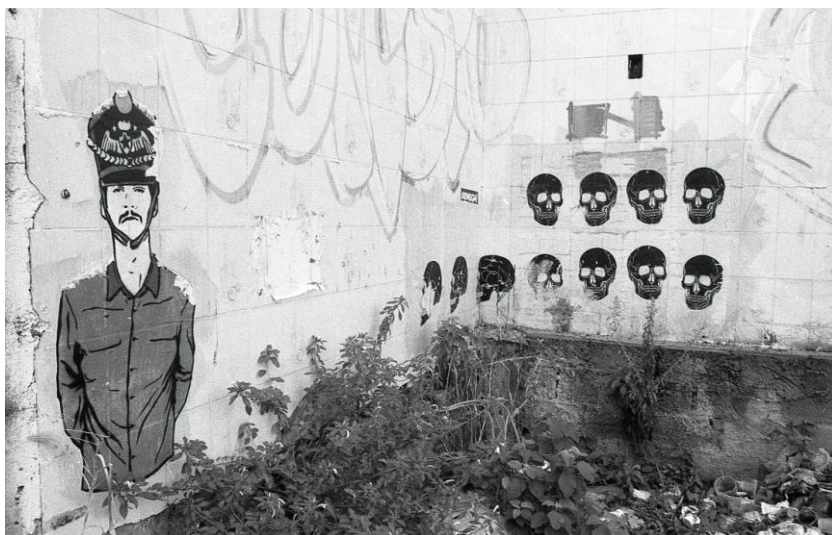
(Img. 28)



(Img. 29)



(Img. 30)



(Img. 31)

### **4.3 – Categorias e Códigos no Contexto Urbano do Ensaio em Goiânia: uma interpretação micro**

A categorização serve aos propósitos deste trabalho na medida em que traça um paralelo entre as naturezas das manifestações urbanas em questão para explicitar que tipos de forças as regulamentam, de onde são oriundas e, ao mesmo tempo, sugerir bases para a interpretação dos códigos. Pretender, no entanto, descodificar e assim esgotar as possibilidades de significância das mensagens retratadas no ensaio acima é limitá-las a um só ponto de vista, que por sua vez é limitado pelo filtro cultural e pela experiência de vida do interpretante. Isso não impede, porém, que seja realizada uma interpretação sem que se perca de vista a parcialidade e limitação da mesma. Andar pelas ruas multissensoriais típicas da urbanidade do início do século XXI é exercer a interpretação contínua de todos os tipos de estímulos.

“(…) Viver nas paisagens pós-urbanas significa, antes de tudo, estar conectado a redes eletrônicas e atravessar fluxos comunicativos cuja mediação nos permite experimentar formas híbridas de espaços e de relações. O espaço deixa de ser uma realidade objetiva e, ao superar as próprias identidades arquitetônicas, alcança as formas dinâmicas e plurais das mídias.” (Di Felice, 2009: 169)

A diferença deste trabalho é que aqui se busca aprofundar um pouco mais na questão do tipo de verdades e ideias de mundo que estas mensagens propõem.

O leitor habituado às grandes cidades do mundo certamente não se impressionou com a quantidade de estímulos visuais capturados nas fotografias desse capítulo. Poderão, pelo contrário, pensar que há uma quantidade abaixo da média de estímulos que quase não justificariam a proposta de um trabalho como este. Independente da pujança das mensagens, de sua estética e de sua quantidade, o essencial aqui abordado é que mesmo que se caminhe sozinho por estas cidades, é como se a todo o momento o indivíduo estivesse sendo travando um diálogo, às vezes imperativo, às vezes sugestivo, ou ainda informativo e lúdico. Em suma, qual a diferença entre ler um anúncio, um lambe-lambe<sup>8</sup> ou um livro de Aristóteles no que diz respeito à interpretação de uma mensagem remota deixada por outrem? Mantendo-se as devidas diferenças de conteúdo e abordagem, trata-se de comunicar-se via texto ou imagem sem se ter o controle sobre aquele que interpreta. A interpretação, contudo, é parte fundamental do processo e muitas discórdias culturais residem justamente nas diferentes

---

<sup>8</sup> *lambe-lambe (ou só lambe) são os cartazes afixados por graffiteiros na rua.*

maneiras de se interpretar a mesma mensagem. O exemplo mais simples e acessível no imaginário do cidadão ocidental é pensar quantas religiões cristãs diferentes derivam de interpretações sobre o mesmo livro, a Bíblia. Arriscar um número seria um ato leviano.

Estabelecidas as bases estruturais e as devidas ressalvas, pode-se agora passar à categorização e descodificação dos signos contidos nas fotografias desse capítulo. A primeira divisão categórica é entre a comunicação oficial e a comunicação não regulamentada. Ambas as categorias podem ser subdivididas em, pelo menos, outras duas. A comunicação oficial pode se subdividir entre comunicação dos Grandes Media, comunicação de grupos/empresas/pessoas independentes e a comunicação pública – dos governos. A comunicação não regulamentada – e é aqui que a atenção deste capítulo mais se situará – pode ser subdividida em comunicação publicitária não oficial (que escapa aos órgãos que regulam a publicidade comum) e manifestações pessoais ou coletivas não empresariais.

A imagem 01 mostra uma típica lanchonete de rua goiana ladeada pelos populares chaveiros. São, naquele pequeno espaço, duas empresas que fazem o que podem para serem notadas pelos seus clientes. Assim também o fazem os grandes grupos empresariais, a diferença é que dispõem de mais recursos para diversas e numerosas ações publicitárias – incluindo *lobbys* políticos. Nesta imagem, no canto superior direito, é possível ver o poste de sinalização pública que indica o nome da rua e logo acima deste uma placa publicitário da empresa “Claro”, a saber, um gigante do mundo da telefonia celular e televisão por assinatura.

A imagem 02 mostra o fragmento de um caminhão de cargas com a fotografia de uma rapariga a comer um cachorro-quente. As palavras “visual”, “novos” e “Melhor do que” podem ser lidas sem complicação alguma. A parte direita da fotografia é quase completamente preenchida com a parede externa de uma banca de revistas que, como se pode notar, vende muito mais do que revistas e jornais. Andar pelas ruas tornou-se uma espécie de ser convencido daquilo que é “melhor do que” outra coisa, é ter desejos despertados ou dominados, mas também é procurar visualmente por aquilo que se necessita, e encontrar.

A imagem 03 mostra um local valorizado pela comunicação publicitária. Isso quer dizer que o fluxo de carros/pessoas no local é intenso e, portanto, vale o preço pedido pelos donos do espaço para que os anunciantes anunciem-se. De cima para baixo é possível notar a hierarquia de preços e conseqüentemente de destaque da publicidade. O mais destacado e mais caro é o *outdoor* que paira acima de outros três e estes são mais importantes do que os que estão pintados no muro. As imagens 01, 02 e 03 mostram um pouco sobre a comunicação oficial e suas subdivisões. Grandes Media, independentes e pública.

A seguir nas imagens 04, 05 e 06 pode-se notar uma pequena interação entre a comunicação oficial e a não-oficial. Na imagem 04 é possível notar uma banca de revista que expõe muitas verdades e ideias de mundo em seus conteúdos, a via dedicada aos pedestres e alguns traços de pichação codificados nas paredes. A imagem 05 é genericamente parecida com a anterior, uma banca e uma pichação, mas a banca de revistas dá ênfase às revistas eróticas de diferentes gêneros. A imagem 06 mostra uma porta comercial sendo fechada e é possível notar que quando isso acontece as portas, antes invisíveis ao transeunte, ganham outro significado que pode não se assemelhar em nada com a loja em si. As portas de metal são verdadeiras galerias que surgem quando o comércio tradicional encerra suas atividades.

Das imagens 07 e 08 pode-se tirar pelo menos duas questões: quem tem o direito de escrever mensagens particulares em áreas públicas? Quais destas mensagens têm o poder de se fazerem valer como autoridade, ou de serem aceitas pelos transeuntes? A imagem número 07 é a delimitação de um espaço público que é reservado para o uso privado dos táxis. A imagem 08 é uma manifestação do grupo de condôminos do prédio que expressa uma proibição ao mesmo tempo em que já determina a punição em caso de descumprimento do aviso. É, portanto, uma autoridade, ou um discurso respaldado pela autoridade.

O paralelo entre as imagens 09 e 10 demonstra visualmente a diferença entre uma comunicação não-oficial publicitária e a comunicação não-oficial de cunho artístico, como parte da expressão pessoal de um artista. O graffiti muitas vezes promove a interação entre o desenho e o espaço que o rodeia. Por outro lado os postes e pontos de ônibus (autocarros) são repletos de todos os tipos de comunicação não-oficial. Rustoff, em entrevista, disse que não prega nada em pontos de ônibus até que alguém o faça primeiro – o que sempre acaba acontecendo – e compara os pontos de ônibus goianienses aos “pirulitos” de Brasília, que segundo ele são “(...) uma coluna circular de uns dois metros de altura e o pessoal cola coisas nela. É para esse tipo de comunicação. Para colar coisas lá.”. Um dos motivos pelos quais ele espera que alguém cole algo primeiro é porque esse tipo de ação é ilegal e seus alvos preferenciais são locais em que a sociedade em si já não dê tanta importância, assim um hipotético flagrante policial talvez deixasse de acontecer por se tratar de um lugar que já carecia de algum embelezamento. É quase um favor social, ainda que, segundo ele, algumas pessoas não gostem – do ato de espalhar qualquer mensagem pelas ruas – e acabam dizendo isso a ele na rua. Gitahy (1999: 68) confirma essa tendência a lugares abandonados e da expressão das ideias transformadoras quando diz que o graffiti pode ser enxergado como um processo de “revalorização do espaço público” e também para a “melhoria dos costumes”.



A imagem 11 mostra um pouco mais das fachadas comerciais que interagem com o graffiti e, no canto esquerdo superior, temos duas marcas de cartões de crédito “Visa” e “Master Card”, são gigantes do mercado. A imagem número 12 é um recorte mais ampliado dos anúncios publicitários não-oficiais. É possível notar que Marilyn Monroe é garota propaganda em um anúncio – apropriação da imagem alheia não é novidade – e sua expressão facial parece interagir com a publicidade que está ao lado, em outro cartaz, e vende um aparelho para aumentar o pênis. Mais a direita e um pouco acima ainda pode-se ver um cartaz que anuncia imóveis para aluguel e no canto esquerdo há um fragmento de graffiti em uma porta de metal. Os colares e outros objetos no terço inferior da foto são de vendedores ambulantes.

A imagem 12 é também de uma banca de jornais e revistas, mas aqui a imagem ampliada de uma capa da revista é mais enfática. Podemos perceber que o muro em frente à banca contém um *grapicho*<sup>9</sup> em códigos de demarcação de território por grupos de pichadores. É, portanto, um código para poucos em contraste com um veículo de comunicação que tenta atingir o maior número de pessoas possíveis e sugerir a elas inúmeras interpretações da realidade. Talvez o jornalismo com sua áurea de factoides reais seja, conscientemente, o grande propositor de interpretações da realidade, ainda que não o único.

A imagem 14 mostra um senhor que tem os sapatos sendo engraxados a olhar para um graffiti ao seu lado. Na imagem 15 um senhor sentado está de costas para um graffiti de protesto. Embora não olhe para a parede, ele está sentado em um lugar vago na calçada porque não há lojas naquele pequeno espaço que ele divide com o graffiti. Mas, à esquerda em cima, é possível ver que se trata de uma avenida com várias lojas. Na imagem 16 um garoto come e, ao fundo, rostos gigantes olham para ele e para a câmera como se tudo vigiassem ao mesmo tempo em que tentam seduzir.

Nas imagens 17, 18 e 19 é possível notar a apropriação de espaços abandonados por graffiteiros. A imagem 18 é um recorte ampliado da imagem 17 em que é possível notar o degrau com os dizeres do antigo dono e alguns pequenos papéis colados aos pés das portas fechadas. Estes pequenos *stickers* que se situam na comunicação publicitária não-oficial mostram números de táxis e moto-táxis. São bastante comuns em Goiânia. Não por acaso os adesivos são colados bem próximos aos pontos de ônibus, telefones públicos e etc.. São os lugares onde as pessoas perdidas, desesperadas, ou em situações vulneráveis diante de condições climáticas vão tentar procurar por alguma solução de comunicação ou transporte.

---

<sup>9</sup> Grapicho é um meio caminho entre a pichação (escrita) e o graffiti (desenhos).

As obras das fotos 20, 21 e 22 são imagens sobre o trabalho de um só artista, o já citado Oscar Fortunato, exceto uma imagem já desbotada no canto esquerdo ao lado do cartaz “FREE BOI”, na imagem 20. A imagem desbotada é o estêncil já mencionado de Rustoff de um militar com uma caveira. A campanha “FREE BOI” de Oscar foi uma grande ideia artística. Friboi é o nome da marca de carne líder do mercado brasileiro e um dos maiores negociantes de carne do mundo, o grupo JBS. Este é oriundo do próprio estado de Goiás. Oscar, apesar de também ser goiano, é um vegetariano convicto e aproveitou para associar o fonema da marca à provocação contra a escravidão dos bovinos que acabam vivendo para satisfazer as necessidades sociais pela carne e derivados de leite. Sabe-se que grande parte do processo industrial aos quais os animais são submetidos é, de muitas maneiras, cruel. Ainda é possível observar, ao fundo, dois *outdoors* publicitários de comunicação oficial, um deles oferece 50% de desconto.

A imagem 21 lembra o *ready made* de Marcel Duchamp. Oscar colou um adesivo comemorativo dos 50 anos da cidade de Mozarlândia. O curioso é que Mozarlândia é uma cidade inexpressiva do estado com cerca de 13 mil habitantes situada a aproximadamente 300 quilômetros da capital Goiânia. O artista tem várias obras que remetem a essa cidade em uma realidade inventada onde existem uma orquestra filarmônica e um festival de *jazz*. Algumas obras chegam a explorar as personalidades que compõe a filarmônica. A imagem 22 também é um adesivo afixado em um poste que busca a interação provocativa com o leitor, é um poema escrito no modo imperativo da língua inglesa: *Strip Tease Your Self*.

A sequência de imagens de 23 a 28 são mais variações dos temas já citados em que pode ser visto a luta por espaço e por visibilidade que por formar um grande conjunto de mensagens e signos que povoam o imaginário dos que vivem nestes meios urbanos e, portanto, contribuem para a formação do tecido cultural que permeia toda e qualquer sociedade humana.

Por fim, as imagens 29, 30 e 31 são fotografia de um mesmo local. A primeira é um recorte que mostra que há mensagens não-oficiais por trás de um grande *outdoor* publicitário. A segunda imagem é um plano mais aberto sobre o mesmo lugar que busca contextualizar o local. É interessante notar nesta situação que o estêncil colocado por Rustoff ao lado de algumas obras de Oscar – eles colaram juntos – não estão no local de maior visibilidade que a região poderia oferecer. Rustoff esclareceu em entrevista que este estêncil – que pode ser visto em primeiro plano na fotografia 31 – foi colado pela foto que ele geraria já que a parede em que foi afixado é de azulejo. Ao fundo, as caveiras são do Oscar. Quando questionado sobre este estêncil ele disse:

“Eu gosto, como eu tenho muita coisa pequena que eu fiz pra telas e eu reuso na rua, de limitar meu trabalho à proximidade, para os pedestres mesmo, da pessoa passar do lado. Tá certo que tem alguns lugares que não dão certo, como o que você citou da parede azulejo que fica no fundo do lote.

(...)Mas tem muitos que eu coloco, eu e o Oscar colocamos, só pela foto. A foto acaba virando uma outra peça, um desdobramento. Mas quando está em um lugar mais visível, é justamente a relação da pessoa que está passando a pé vê o trabalho de perto. A Plus, não me lembro em que ano específico, fez um projeto de galerias chamado Contendo Arte. Ela colocou um container no Vaca Brava – e em vários outros lugares da cidade. No Vaca Brava tem um poste onde havia uma lixeira, mas só está o poste e o pequeno lugar onde a lixeira era parafusada. Eu fui lá nesse lugar e pintei um estêncil de um lado e do outro da plaquinha onde a lixeira era parafusada. De vez em quando eu vejo isso no *Instagram*. Para mim, isso é um tesouro. A pessoa achou o “Wally” lá. Às vezes quando eu colo *stickers* eu penso nesse negócio da pessoa achar, de ser um achado dela. O Oscar ainda vai mais afundo nisso e coloca o adesivo escondido mesmo, em rodapés, em lugar alto e de vez em quando as pessoas acham. Mas é tipo uma espécie de brincadeira. Quando a gente sai para colar não noticiamos para ninguém, colamos e depois acompanhamos as pessoas achando.”.

#### **4.4 – A Independência Temática e as Plataformas de Expressão**

Enquanto a expressão publicitária advém principalmente de uma necessidade econômica fruto do sistema monetário vivido pela sociedade, a expressão artística parece ser uma necessidade de outra ordem. Rustoff explica até que ponto seu trabalho artístico é independente, o poder e a limitação da internet, a não identificação com vários artistas goianos de gerações mais antigas e a relação e diferença entre a obra de graffiti e a obra que vende na galeria Plus.

A Plus é uma galeria de arte que abriu as portas virtuais em 2010. Seu espaço de vendas era no ciberespaço, sendo o escritório visitado apenas por alguns clientes. Em fevereiro de 2015 foi inaugurado seu espaço físico sem que isso extinguisse a loja virtual. O

espaço é aberto para eventos/exposições de artistas da Plus, e eventualmente outros acontecimentos artístico-culturais. Ela vende os trabalhos dos já citados Rustoff e Oscar Fortunato e muitos outros artistas. O casal Lydia Himmen e Oscar Fortunato são os donos da galeria e esta não tem qualquer vínculo com outras instituições. É, portanto, uma galeria independente. Questionado sobre a independência de sua produção artística Rustoff expôs inicialmente dois aspectos de dependência: ele tem um trabalho de escritório que nada tem a ver com arte; e depende exclusivamente da galeria para vender suas obras.

O segundo trabalho é muito comum na vida de vários artistas. Paula Sampaio, por exemplo, trabalha num jornal, Rustoff em um escritório. Leva tempo para que um artista consiga sustentar exclusivamente de sua arte e alguns nunca chegam a conseguir tal feito. Há casos em que o artista nem pretende viver da venda de seu trabalho em arte. Rustoff deseja não precisar trabalhar em um escritório com algo que nada se assemelha a arte, mas ainda não consegue. Começara, na altura da entrevista, a trabalhar como tatuador na esperança de um dia desvencilhar-se totalmente do emprego de escritório.

A dependência da galeria para comercializar suas obras não incomodava Rustoff. Ao contrário, achava cômodo que alguém – mais habilidoso que ele na arte de vender – se ocupasse do atendimento ao cliente, do *marketing*, da publicidade e da logística de comercialização de seu trabalho. É uma relação de dependência consentida, de ajuda mútua, mas que de maneira alguma influenciava o conteúdo de sua produção. Ele disse:

“(…) Então, se formos pensar por esse lado – de apenas a galeria vender suas obras –, eu sou dependente da galeria. Mas a produção é independente. (...) Eu, praticamente, faço o que eu quero, às vezes sem a preocupação se aquilo vai render dinheiro ou outro trabalho, ou qualquer outra coisa nesse sentido. E também eu não recebo, por exemplo, nenhum tipo de apoio para material ou de nada. Meus pais me apoiam no sentido de dizerem “faz lá”, mas eles não bancam nada, não tem ninguém para me bancar. Eu tenho que fazer a coisa girar com o que vende. É independente nesse sentido e é dependente da galeria.”. Grifo meu.

A internet cumpre um papel chave na reverberação de seu trabalho, seja por parte da galeria que atua predominantemente pela internet ou quando Rustoff ainda buscava referências para compor seu estilo e ainda pelas postagens das fotos de seu trabalho na rede, tanto por suas próprias mãos, quanto por outras pessoas que fotografam as obras na rua e

depois as espalham pelas redes sociais do ciberespaço. O mecanismo usual de trabalho do graffiteiro, mesmo em âmbito mundial, é fotografar a obra assim que esta é finalizada porque lidam constantemente com o efêmero, já que raramente sabem quanto tempo um graffiti pode durar. O próprio Rustoff disse que as fotografias que ele e outras pessoas tiram de seus trabalhos são um desdobramento daquela ação inicial, o ato de graffitar, mas que já são outra coisa e não o graffiti em si. Coisa esta que é incontável.

Rustoff reconhece que a internet é fundamental no processo que envolve seu trabalho artístico, mas diz não se iludir com esse portal de extraordinário potencial. Ele diz que, caso não houvesse a internet, seu trabalho ficaria muito mais restrito aos locais em que os lambes são afixados, e que, mesmo em Goiânia, ele poderia ficar restrito a certas freguesias. Prossegue dizendo que apesar de ser possível mostrar sua obra para um contacto pessoal que está na Europa com relativa facilidade, o ciberespaço possui uma estrutura ultradinâmica que faz com que os conteúdos sejam tão abundantes quanto efêmeros, muito embora sua obra sempre possa voltar à tona quando novamente reverberada no ciberespaço por outrem. A rede é, portanto, uma ferramenta alicerce com múltiplas plataformas que possibilitam a existência de vários projetos, mas dificilmente um dos projetos que lá existe ganha o tipo de visibilidade que o mundo se acostumou a ver durante décadas em que, através do culto aos astros e estrelas de diversos segmentos que reverberaram nos media do mundo, estes tornaram-se referências culturais em lugares completamente diferentes entre si e geraram milhões de dólares e de fãs históricos. A internet parece caminhar em outro ritmo, ainda que haja alguns casos de superexposição mediática.

A disposição global e direta própria deste meio – internet – baralha as referências culturais tradicionais numa velocidade inédita na história humana e possibilita infinitas associações que geram filtros culturais híbridos e, cada vez mais, pessoais. É claro que a internet é apenas o fenômeno mais recente de uma conjuntura mediática que se desenvolveu em peso ao longo do século XX, mas sua condição estrutural permite contactos e ligações inimagináveis com um número reduzido de intermediários, o que favorece a criação de teias de relacionamentos com focos específicos. É certamente um grande experimento em nível global e, ainda que tamanha aleatoriedade não indique que serão ouvidas apenas boas notícias das misturas que surgirão, os vãos, as brechas e recursos estão lá para serem usados.

Pintar na rua não foi apenas uma mera escolha para Rustoff, embora tenha sido influenciado pela arte de rua. Assim como, provavelmente, não era a primeira opção daqueles que começaram esses movimentos de rua décadas atrás. A estrutura social que determina o que é ou não arte é apenas mais uma convenção social com grande dose de arbitrariedade. O

movimento dos pintores impressionistas franceses no século XIX é um famoso caso que exemplifica que essa arbitrariedade data de tempos remotos. A rigidez das convenções, a distribuição global da comunicação e a aceleração no surgimento de uma sociedade urgente, com estilo de vida diferente, fez com que muitas referências culturais não falassem mais a língua de toda uma geração de pessoas que, apesar de viver no mesmo espaço geográfico, na mesma cidade, encara a vida de maneira totalmente diferente. Sob muitos aspectos, não há identificação com os temas do passado. Rustoff diz:

“Eu acho que aqui em Goiás, há pouco tempo atrás, até 2010 mais ou menos, bem recente mesmo, era um lugar muito morto, eu tinha uma birra de pintura aqui em Goiás porque a única coisa que eu conseguia ver nas raras exposições que tinha no MAG ou em outros museus aqui em Goiás eram os caras dos anos 1980. Era uma coisa do Siron, uma coisa do Poteiro... eram coisas tão distantes de mim... eu não gosto dessas coisas, das bandeirolas do Poteiro, desses cenários de vilazinha. Pelo menos o rock eu comecei a ir cedo, então conheci a cena underground de Goiânia meio cedo. Com 16, 17 anos eu já ia nos rocks daqui e já conhecia uma galera que fazia música, umas bandas punks. O início – desta geração musical de hoje – foi nos anos 1990, mas já fui a umas edições do Goiânia Noise – festival de música independente de grande relevância nacional – que não eram tão grandes assim, aconteciam apenas no Martim Cererê. Na música ainda havia isso, mas nas artes plásticas me dava uma preguiça sem tamanho que era ver esses velhos – pintores – com coisas que não faziam parte da minha vida, que fazia parte da vida deles ou fez e eles ainda estão saudosos, não sei, e acho que também foi isso que me fez ir pra rua. Porque eu fazia estêncil e tinha influência dos caras de rua, mas aqui em Goiânia não tinha lugar para expor, na verdade ainda não tem. Tem a Plus galeria agora, que é a galeria mais atuante...”

A rua é o espaço mais democrático que pode haver em termos de expressão. Qualquer pessoa pode espalhar suas manifestações por aí, claro, com alguma ressalva da lei, mas devido à quantidade crescente de informações que são disseminadas e o trabalho que a polícia tem para tentar conter outros problemas mais graves como a violência urbana, que no Brasil ainda tem números alarmantes, é provável que as paredes das cidades continuem a receber

todo tipo de expressão livre. O ciberespaço assemelha-se à rua nesse sentido porque em ambas há menos agentes reguladores externos. A rua e o ciberespaço, portanto, são e continuarão a ser uma fatia importante da formação cultural das novas sociedades que virão.

Produzir para uma galeria de arte e para rua podem ser atividades completamente diferentes, mas a verdade é que a arte de rua ganhou tamanha proporção e notoriedade em várias partes do mundo que as galerias acabaram, há alguns anos, incorporando este estilo e dilatando aquele velho padrão do que é ou não arte. Em São Paulo houve um caso curioso de pichadores que foram presos por picharem a Bienal de Arte de São Paulo em 2008 e dois anos mais tarde expuseram seus graffitis na mesma bienal. Rustoff diz que a diferença entre sua obra que vai pra rua e a que vai para a galeria é “de ordem técnica”. Ele basicamente usa tintas mais baratas para a rua e faz um acabamento mais cuidadoso para as telas da galeria, mas “a diferença temática é nenhuma”. Ele diz:

“São pouquíssimas coisas que ficaram apenas na rua e não viraram nada na galeria. Mas isso é algo que hoje eu já penso nas duas coisas: como aquele estêncil pode funcionar na tela e como ele vai funcionar na rua. Antes eu não tinha esse pensamento, eu tinha uma ideia de uma tela, cortava um estêncil, pintava e depois eu guardava o estêncil e ele não me prestava para mais nada a não ser fazer uma tela parecida com aquela. Porque ele tem um tamanho X, ou porque a personagem está em determinada posição de um jeito tal, e agora não. Eu penso justamente em como eu posso reutilizar esse estêncil, às vezes até fazendo mais de uma tela ou pra ele funcionar na rua.”

A rua é, assim como os media, os livros e as próprias pessoas, mais um elemento que o ser em sociedade terá que aprender a ler e interpretar de maneira crítica.

## Considerações Finais

A abordagem sobre a interpretação da realidade social neste trabalho condicionou a própria percepção de realidade aos filtros culturais de cada indivíduo. É possível dizer que as sociedades partilham muitas similaridades culturais, mas é necessário frisar que há grandes pontos de divergência dentro de uma mesma cultura, assim como há fronteiras culturais bem nítidas entre os povos. Pertencer a uma cultura significa ter sido criado ou passado um espaço de tempo considerável dentro de seus rituais, suas rotinas, seu imaginário, sua língua e uma série de variáveis próprias de determinado conjunto de estruturas culturais. Pertencer, no entanto, não é o mesmo que concordar ou mesmo limitar-se às estruturas culturais daquele conjunto.

Os filtros culturais, responsáveis diretos pela maneira como interpretamos a realidade, são estruturas muito dinâmicas por se tratarem de uma construção coletiva e ao mesmo tempo pessoal. O dinamismo dessas estruturas é potencializado pela disposição do fluxo de comunicação social ao redor do mundo. A comunicação nas áreas urbanas, nos media e na internet neste início de século XXI é de uma dimensão assombrosa e sem precedentes na história humana.

A experiência de estar inserido em sua própria cultura e ao mesmo tempo ter acesso relativamente fácil a manifestações de diversas outras culturas amplia o leque de variáveis que podem fazer parte da construção de filtros culturais individuais, a este ponto, cada vez mais híbridos. Observar os processos de formação dos filtros culturais é importante, pois é através deles que os indivíduos interpretam o mundo e, portanto, é através deles que estes mesmos indivíduos identificarão problemas e projetarão o futuro das sociedades.

O percurso traçado por este trabalho evidenciou que uma estrutura de comunicação social tão vasta e crescente, em nível global, não pode ser dominada por grandes e poucos grupos, sob pena de temas de elevados interesses sociais serem negligenciados por não interessarem de alguma forma a estes poucos grupos. A pulverização dos emissores tem mais chances de abordar os mais diversos temas que concernem aos seres humanos, mesmo que isso signifique audiências menores em termos absolutos.

A expressão individual, e ainda mais a expressão artística, não pode ser suplantada porque o indivíduo – esta parte menor do corpo social que não pode mais ser dividida – não deixa de ser um, mesmo quando imerso na multidão. O coletivo precisa existir sem suplantando o individual, visto que as necessidades individuais podem ser muito específicas. Diante desta conjuntura é impensável que o poder de decidir sobre a interpretação dos principais factos coletivos, bem como da seleção daquilo que vai ou não se destacar dentro do *hall* da



expressão humana seja decido por poucos grupos segundo questões fundamentalmente mercadológicas, como se o lucro fosse o principal sentido da existência humana.

O peso que a expressão artística pode ter na formação do imaginário coletivo que sustenta as realidades sociais pôde ser abordado nos estudos de caso dos capítulos três e quatro. As sociedades não são diferentes dos indivíduos, até porque são apenas amplificações das relações destes com os outros e consigo mesmos. Elas também carecem de autoestima, de exemplos formativos, de finalidade e de desenvolvimento integral. Tudo isso é potencializado pela possibilidade de expressão do maior número de pessoas possível.

A formação de nichos temáticos específicos, a possibilidade de expressão em veículos de massa com o mínimo de intermediários, o potencial de alcance das mensagens a custos irrisórios, a popularização dos meios de produção, a ampliação do acesso à informação e as possibilidades infinitas de trocas humanas permitidas por esta disposição comunicacional são partes simples e visíveis a olho nu de uma estruturação complexa e multiespacial das relações humanas.

A estruturação complexa e multiespacial favorece a associação de pessoas para inumeráveis finalidades – obviamente nem todas serão de inspiração nobre – e enriquece as possibilidades de formação de filtros culturais, por exemplo, mais tolerantes às idiossincrasias e quiçá mais abertos à compaixão, mais dispostos às soluções harmoniosas e a erradicação de problemas que há muito tempo poderiam ter sido superados pelo homem, como espécie, com um pouco de boa vontade e cooperação. Problemas como a fome, a falta de moradia, os fluxos migratórios e o amplo acesso a recursos que ajudem a promover o desenvolvimento integral do ser humano.

É preciso salientar, finalmente, que este trabalho não se furtou a enumerar alguns pontos que são otimistas quanto aos usos dos recursos e estruturas disponíveis e em vias de crescimento, mas que, naturalmente, o desenvolver das sociedades humanas dependerá de como os recursos à disposição serão usados, o que, em sua maioria e ao longo da história, não dá grandes motivos para esperança. Sorte desta que não depende de fundamentos racionais para existir.

**Anexo**

<sup>3</sup> **Imagine**

**John Lennon**

Imagine there's no heaven

It's easy if you try

No hell below us

Above us only sky

Imagine all the people

Living for today

Imagine there's no countries

It isn't hard to do

Nothing to kill or die for

And no religion too

Imagine all the people

Living life in peace

You may say

I'm a dreamer

But I'm not the only one

I hope some day

You'll join us

And the world will be as one

Imagine no possessions

I wonder if you can

No need for greed or hunger

A brotherhood of man

Imagine all the people

Sharing all the world

You may say

I'm a dreamer

But I'm not the only one

I hope some day

You'll join us

And the world will live as one

## **Bibliografia**

- ACHUTTI, Luiz Eduardo Robinson (1997). **Fotoetnografia: um estudo de antropologia visual sobre o cotidiano, lixo e trabalho**. Porto Alegre: Tomo Editorial.
- ACHUTTI, Luiz Eduardo Robinson (org.) (1998). **Ensaio Sobre o Fotográfico**. Porto Alegre: Unidade Editorial, Prefeitura de Porto Alegre.
- ARAÚJO, DUQUE, FRANCH (2013). «“Nada para fazer”: nova(s) epistemologia(s) do tempo social». **Revista Lusófona de Estudos Culturais**. Vol. 1, n. 2, pp. 337-350,
- BARBERO, Jesus Martin (2014). “Tudo o que sabemos, sabemo-lo entre todos” “Aquele segunda oportunidade sobre a Terra”. **Revista Lusófona de Estudos Culturais**. Vol. 2, n.1, pp. 4-6.
- BARTHES, R. (1984). **A câmara clara: nota sobre fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- BAUMAN, Zygmunt (1989). **A liberdade**. Lisboa: Editorial Estampa; tradução de M. F. Gonçalves de Azevedo.
- BAUMAN, Zygmunt (2006). **Confiança e medo na cidade**. Lisboa: Ed. Relógio D’agua; trad. Miguel Serras.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas (1985). **A Construção Social Da Realidade**. Petrópolis: Editora Vozes.
- BOURDIEU, Pierre (1998). **O que falar quer dizer: a economia das trocas linguísticas**, Algés (Portugal): Editora Bifel; trad. Wanda Anastácio.
- CHOMSKY, Noam (2013). **Mídia: propaganda política e manipulação**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes.
- DI FELICE, Massimo. **Paisagens pós-urbanas: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar**. São Paulo: Annablume, 1. ed., 2009.
- DURAND, Gilbert (1998). **Campos do Imaginário**. Lisboa: Instituto Piaget.
- FERRO, Gaetano (1979). **Sociedade Humana e Ambiente, no Tempo: temas e problemas da geografia histórica**. Lisboa: Fundação Caouste Gulbenkian.
- FOUCAULT, Michel (2014). **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 28ª edição.
- FREUND, Gisele (1995). **Fotografia e Sociedade**. Lisboa: Editorial Vega, 2ª edição.
- GARCIA, Ledonias Franco (2010). **Goyaz: uma província do sertão**. Goiânia – GO: Editora PUC Goiás; Cãnone Editorial.
- GITAHY, Celso (1999). **O Que É Graffiti?** Brasília: Coleção Primeiros Passos, Editora Brasiliense.

GUIMARÃES, Leda; DE OLIVEIRA Wolney Fernandes (2008). “Entre textos e imagens: virações de um diário de pesquisa”. **Revista Visualidades**. Vol. 6, n. 1 e 2, Jan/Dez.

JOLY, Martine (2012). **Introdução à Análise da Imagem**. Campinas – SP: Papyrus Editora, 14ª edição.

KOSSOY, Boris (2001). **Fotografia e História**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2ª edição revisitada.

HALL, Edward T. (2005). **A Dimensão Oculta**. São Paulo: Martins Fontes editora.

LÉVY, Pierry (1999). **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34.

LIPOVETSKY, Gilles e SERROY, Jean (2010). **A Cultura-mundo**: resposta a uma sociedade desorientada. Lisboa: Edições 70.

MAFFESOLI, Michel (2000). **O Tempo Das Tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 3ª edição.

MANCO, Tristan; ART, Lost; NEELON, Caleb (2005). **Graffiti Brasil**. Nova Iorque: Thames & Hudson.

MORIN, Edgar (1997). **O Cinema ou Homem Imaginário**: ensaio antropológico. Lisboa: Relógio d'Água.

MORIN, Edgar; MOTTA Raul; CIURANA Emilio Roger (2004). **Educar Para a era Planetária**: o pensamento complexo como método de aprendizagem no erro e incerteza humana. Lisboa: Instituto Piaget.

RABOT, Jean-Martin (2011). “A Imagem do Monstro nas Sociedades Pós-Modernas”. **Imagem e Pensamento**. Coimbra: Grácio Editor.

SAMPAIO, Paula (2013). **O Lago do Esquecimento**. Brasil: FUNARTE; Ministério da Cultura.

SANTAELLA, Lúcia (2003). **Culturas e Artes do Pós-modernismo**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus.

SENNET, Richard (1998). **A Corrosão do Caráter**: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Lisboa: Terra mar.

SONTAG, Susan (2004). **Sobre a Fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras.

SCHÜLER, Fernando Luís; BORDINI, Maria da Glória (Org.) (2003). **Cultura e Identidade Regional**. Porto Alegre: EDIPUCRS.

STAM, Robert (2003). **Introdução à Teoria do Cinema**. Campinas – SP: Papyrus Editora, 3ª Edição.

THOMPSON, Jonh B. (2009). **A Mídia e a Modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis – RJ: Editora Vozes, 11ª edição.

WOLF, Mauro (2009). **Teorias das Comunicações de Massa**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 4ª edição.