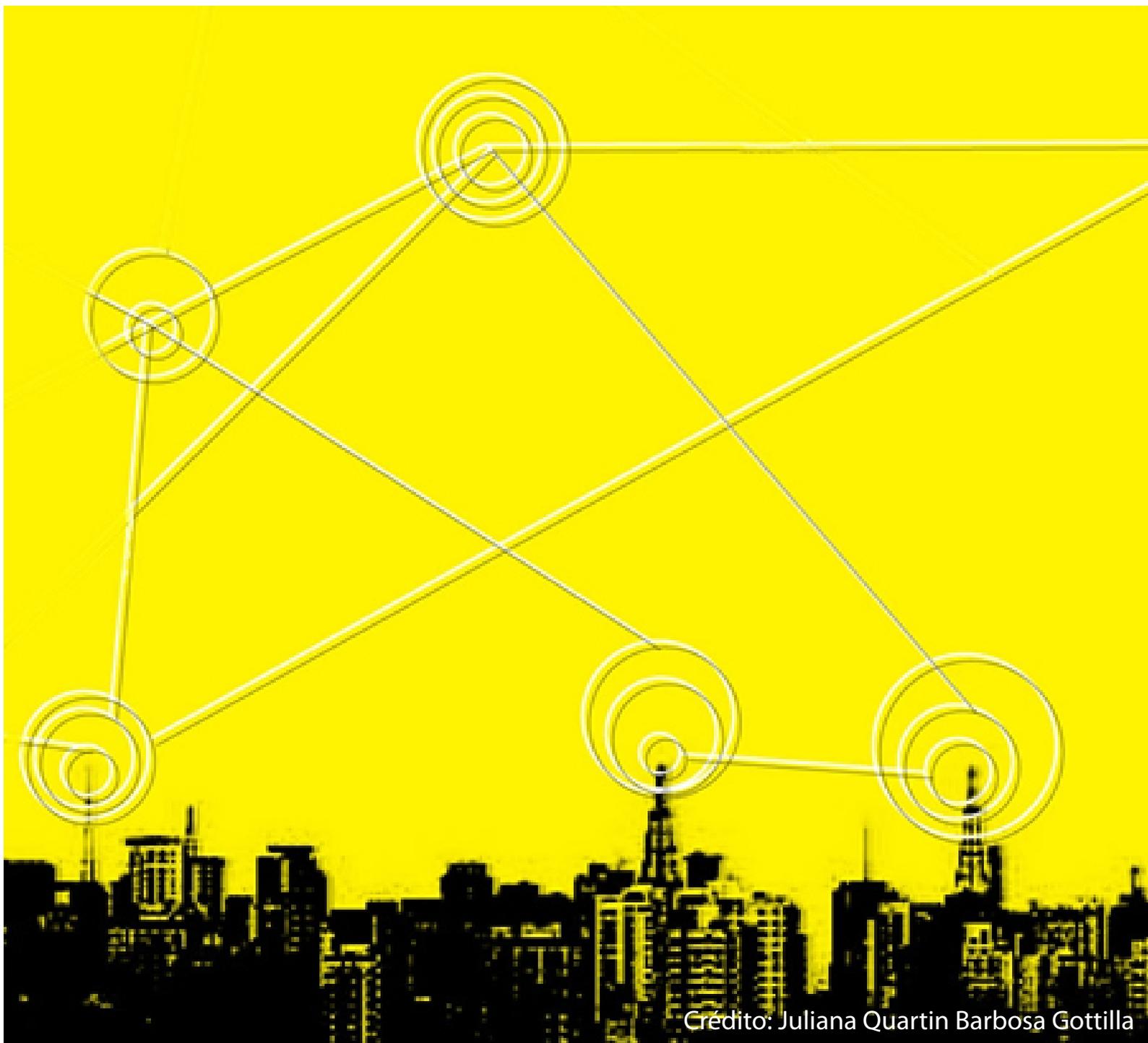


IARA

Revista de Moda, Cultura e Arte



Crédito: Juliana Quartin Barbosa Gottilla

volume 4 | número 1 / 2011

ISSN 1983-7836

Sumário

Dossiê Temático

APRESENTAÇÃO DO DOSSIÊ: ARTE E ESFERA PÚBLICA CONTEMPORÂNEA.....1
Isaura da Cunha Seppi e Lilian Amaral

OS AFETOS DA REDE: INDIVIDUALISMO CONECTADO OU INTERCONEXÃO DO COLETIVO?.....5
Rogério da Costa

ESPAÇOS URBANOS E PRÁTICAS ARTÍSTICAS COLETIVAS, EM SÃO PAULO: UM COMENTÁRIO SOBRE A
AÇÃO "O CÉU NOS OBSERVA".....20
Vera Pallamin

PAISAGENS EM MOVIMENTO: CINEMA E ESPAÇO URBANO.....34
Andre Costa

Artigos

É POSSÍVEL FALAR DE TRIBOS URBANAS HOJE? A MODA E A CULTURA JUVENIL CONTEMPORÂNEA.....47
Elisabeth Murilho da Silva

SOMOS TODOS CONVIDADOS? ANÁLISE CULTURAL DO PROCESSO DE INSERÇÃO NO CÍRCULO DA
MODA EM O DIABO VESTE PRADA.....65
Morgana Hamester e Ana Luiza Coiro Moraes

A TRADIÇÃO EM FAZER RENDA DE BILROS: ESTUDO DE CASO DAS ARTESÃS DA PRAINHA,
AQUIRAZ -CE.....83
Ana Julia Melo Almeida, Francisca R. N. Mendes e Maria Sílvia Barros de Held

Resenhas

UM DICIONÁRIO HISTÓRICO PARA A INDÚSTRIA DA MODA.....110
Raphael Castanheira Scholl

"ESTRANHAMENTE FAMILIAR". O CONHECIDO CONTIDO NO DESCONHECIDO.....114
Paula Acioli

SOBRE FLORES QUE FALAM ENTRE SI.....118
Luz García Neira

Reflexões Estéticas

STAM.....126
Bruna Corrêa White Lima e Suzana Lefèvre

CIDADES CRIATIVAS - BURILANDO UM CONCEITO EM FORMAÇÃO.....127
Ana Carla Fonseca Reis

CIUDADES, BARRIOS Y PRÁCTICAS ARTÍSTICAS.....140
Ramon Parramon

Arte e Esfera Pública Contemporânea

Pensar o desenvolvimento do projeto pedagógico de um curso de graduação, denominado Bacharelado em Design com Habilitação em Artes Visuais, exige antes de tudo, a compreensão de um currículo que se caracteriza por uma proposta de estudo das relações entre arte e design, com a preocupação de promover a prática profissional em estreita conexão com produção artística contemporânea.

Desde os anos 60, com o advento do “campo expandido”, a arte se complexifica, sua produção assume formas, nomes e meios muito variados, articulando saberes diversos numa direção multi, inter ou transdisciplinar, num processo de diluição histórica de seus contornos. Nesse movimento as fronteiras entre as diferentes linguagens tornam-se cada vez mais permeáveis exigindo novos procedimentos, novas inserções do artista nesse contexto que deflagra uma articulação entre Arte e Vida. Com um perfil profissional amplificado, o artista assume novos papéis, entre eles, o de mediador da obra ou mediador de projetos artísticos, operando um trânsito em funções diversas.

O principal desafio que se coloca é manter o curso permanentemente atualizado e em sintonia com o intenso dinamismo da arte contemporânea que convoca o artista a uma atuação política na Esfera Pública.

Nesse sentido quando conhecemos as pesquisas e o trabalho da artista visual e curadora do projeto **ID Bairro SP** – Lilian Amaral, bem como as publicações e ações implicadas no projeto internacional iberoamericano em processo, nos pareceu pertinente articular a proposta de colaboração interinstitucional no âmbito acadêmico, em duas perspectivas, a saber:

- No contexto do ensino-aprendizagem do Design e da Arte Contemporânea, estimulou-se a participação docente e discente no projeto **ID Barrio SP**, uma iniciativa de coletivo de Artistas e Designers espanhóis e brasileiros que desenvolvem projetos voltados para a Criatividade Social, práticas artísticas e processos colaborativos, tendo o apoio da Embaixada da Espanha, por intermédio do Centro Cultural da Espanha SP / AECID – Agência Espanhola de Cooperação

Internacional de Desenvolvimento;

- Na qualidade de Coordenadora do Curso de Bacharelado em Design com Habilitação em Artes Visuais consideramos relevante reunir trabalhos de especialistas para ampliar o debate deflagrado pelo projeto, possibilitando, assim, sua difusão para diferentes audiências.

A participação no projeto revelou um produtivo espaço de aprendizagem e experimentação de linguagens artísticas no meio urbano. A formação dos alunos transcendeu, deste modo, as fronteiras da instituição e do território local, conectando-os mais diretamente com a realidade social, mediada pelo convívio com artistas profissionais em contato com uma produção e um debate internacional contemporâneo.

Resultou em uma excelente oportunidade de imersão e interação com tendências interculturais da arte contemporânea, colocando alunos e professores em situação de pesquisa e ação artísticas, além de criar espaços para publicação e difusão das idéias engendradas no entorno do projeto, cujos reflexos se tornam visíveis nos trabalhos realizados na disciplina *Site Specific* que irão compor uma mostra no Campus Senac Santo Amaro, contagiando espaços e estimulando experiências perceptivas no cotidiano da vida acadêmica, durante o segundo semestre de 2011.

Os trabalhos apresentados a seguir foram organizados pela Profa. Dra. Lilian Amaral e abordam questões concernentes ao tema articulador do projeto - Arte e Esfera Pública Contemporânea, tendo como eixos a Criatividade Social, Ação Coletiva e Práticas Artísticas, questões ligadas aos atuais debates e às investigações no campo da arte contemporânea.

Arte Contemporânea e Esfera Social

Os artigos e reflexões estéticas apresentados no dossiê e neste número da revista IARA tratam de questões transdisciplinares e complexas, como complexa é a própria condição humana contemporânea caracterizada pelo fluxo, aceleração, transitoriedade, impermanência.

Entre as discussões propostas na presente publicação destacam-se problemas refletidos no entorno do Seminário Internacional "iD Bairro SP.01 | Criatividade

social, ação coletiva e práticas artísticas” trazidas a campo com vistas a iluminar o debate acerca da arte contemporânea e sua implicação na esfera social.

Em “Os afetos de rede: individualismo conectado ou propósito comum?” Rogério da Costa propõe discussões acerca de que redes dinâmicas implicam a circulação dos afetos, gerando o questionamento sobre as relações que se articulariam entre individualismo conectado ou interconexão do coletivo. O entrecruzamento de temáticas em torno da arte, técnica e cidade, colocadas em relevo por Vera Pallamin em “ Invertendo expectativas”, apontam articulações entre especificidades do espaço corporal, fenomenológico e do espaço abstrato, tecnológico, incitando a uma reconsideração das correlações entre autoria e anonimato, registro e documento, aparência e evidência, controle e desvio, expectativa e indiferença.

No que se refere à produção de sentido e cotidianidade, Andre Costa em “Paisagens em movimento: cinema e espaço urbano” propõe reflexões sobre cultura juvenil, exercício político, ético e estético. Aponta novas formas de apropriação e uso da técnica e da linguagem videográfica como meios de expressão públicas e mobilização cultural e por este viés estabelece diálogo com o vídeo apresentado pelas alunas do Bacharelado em Design com Habilitação em Artes visuais, Bruna Correa White Lima e Suzana Lefrévre, produzido durante suas participações no Projeto ID Bairro SP.01, partindo de registros da arte urbana presente no bairro de Santo Amaro.

Ana Carla Fonseca aborda as razões pelas quais o termo “criativo” alcançou proeminência em tempos recentes, explicitando o que se entende por economia criativa e por um termo ainda embrionário, o de cidades criativas. Tais questões estão na base dos atuais debates culturais e estabelecem aproximações entre as idéias engendradas no entorno do Projeto iD Bairro SP, fruto da colaboração entre artistas, pesquisadores e contextos iberoamericanos. Colocam em evidência a articulação entre campos: criatividade social, ação coletiva e práticas artísticas contemporâneas. iD Bairro SP instaura um Observatório no bairro do Bom Retiro como território experimental de prática cultural urbana, tecendo interrelações no tecido multicultural, tensionando fronteiras e espaços para ativar micro-processos locais e operar diferenças como potencialidades. Se este território complexo é tomado como campo de pesquisa-intervenção pelos pesquisadores e curadores Lilian Amaral [BR], Ramon Parramon [ES], propositores de experiências curatoriais abertas, processuais e colaborativas, este mesmo território é tomado como lugar

de sociabilidades, práticas identitárias, laboratório de práticas criativas, apresentando singularidades históricas, econômicas e culturais do território. Entre Junho e Agosto de 2011, o Bairro do Bom Retiro se converte em campo de prática artística e exercício de construção coletiva, resultando em cartografias colaborativas construídas por inúmeros atores.

Neste contexto de convergência entre pesquisa científica e prática cultural promovemos o lançamento deste número que propõe analisar o lugar da arte no âmbito da esfera pública contemporânea a partir da diluição e do deslocamento do objeto para o campo da experiência estética, tendo o **espaço-tempo** se convertido em matéria artística.

Nossos agradecimentos à Revista Iara pelo espaço para divulgação dessa experiência e com isso promover a ampliação das reflexões e debates por ela deflagrados.

Desejamos uma boa leitura.

As organizadoras,

Isa Seppi

Comitê Editorial da Revista IARA
Coordenadora do Bacharelado em Design- Artes Visuais
Centro Universitário Senac
Campus Santo Amaro
Senac São Paulo
Tel.: 55 11 5682-7578
isaura.cseppi@sp.senac.br <mailto:isaura.cseppi@sp.senac.br>
www.sp.senac.br <http://www.sp.senac.br/>

Lilian Amaral

Conselho Científico da Revista IARA
Museu Aberto BR
Tel: 55 11 5579-1873
www.museuaberto.blogspot.com
Co-curadora iD Bairro SP
[HTTP://idensitat.net/idbairrosp/wp-login.php](http://idensitat.net/idbairrosp/wp-login.php)



iD BAIRRO SP#02

OS AFETOS DE REDE: INDIVIDUALISMO CONECTADO OU INTERCONEXÃO DO COLETIVO?

Rogério da Costa*

RESUMO

Este artigo trata, em primeiro lugar, da tendência que se estabeleceu, desde os anos de 1980, em representar as redes sociais de forma espacializante. Em seguida, pergunta-se sobre a distinção entre estar conectado, simplesmente, e constituir um coletivo com propósitos definidos. O artigo se encerra considerando que redes dinâmicas implicam circulação de afetos, e que isso provoca modificações nos elementos da rede.

“A nossa época será marcada pelo “fenômeno rede”. Como todos os fenômenos morfológicos profundos, de caráter universal, o fenômeno rede pertence não só à ciência, mas também à vida social. Cada um de nós se situa em redes, correspondendo cada rede a um tipo de comunicação, de frequência, de associação simbólica. Quando no futuro se fizer o elenco das abstrações que marcaram mais profundamente o espírito humano no decorrer desta segunda metade de século, ter-se-á certamente a *cifra lógica*, mas também, quase tão importante como aquela, ter-se-á o objeto *rede*”.

Pierre Rosenstiehl, 1978

* Doutor em Filosofia, Professor do Programa de Pós Graduação em Comunicação e Semiótica da PUCSP, autor de A Cultura Digital, Publifolha, 2006 2ª Ed.

**NETWORKED AFFECTIONS: CONNECTED INDIVIDUALISM OR
INTERCONNECTION OF THE COLLECTIVE?**

Rogério da Costa*

ABSTRACT

Firstly, this article is about the trend established since the year 1980, to represent the social networks in a spatialized form. Then the question arises about the distinction between being connected simply and form a collective with definite purpose. The article concludes considering that dynamic networks involve movement of affection, and it causes changes in the network elements.

* Doutor em Filosofia, Professor do Programa de Pós Graduação em Comunicação e Semiótica da PUCSP, autor de A Cultura Digital, Publifolha, 2006 2ª Ed.

O INDIVIDUALISMO CONECTADO

Pierre Rosenstiehl, matemático francês famoso por desenvolver a teoria dos grafos, inicia dessa forma seu artigo sobre *Rede*, publicado na Enciclopédia Einaudi, em 1978. Para exemplificar esse objeto topológico, ele nos lembra de suas diversas aplicações, como para traçar a rede de limitrofia de estados de um país, para descrever a rede dos movimentos do cavalo num jogo de xadrez, para planejar as redes de transportes e de comércio etc. Mas em sua citação, é possível perceber que esse objeto rede já era visto, naquele momento, como algo que teria impacto na vida social em geral. Sua afirmação de que cada um de nós se situa em redes, ou seja, no plural, faz notar que se trata aqui de um modo de ser multidimensional, pois se pode pensar que nos situamos no interior de redes de comunicação, de vizinhança, nos coletivos do trabalho, de parentesco, em redes de amigos da faculdade etc. Em todas elas é possível aplicar a abstração do objeto rede, isto é, supor que os indivíduos são como os *nós* da rede, e as ligações que eles estabelecem entre si são como os *laços* da rede. Os laços, portanto, designam as diversas formas de relações que se podem desenvolver entre os nós da rede.

No mesmo período em que Rosenstiehl trabalhava nas figuras matemáticas de representação de redes, ao final dos anos de 1980, sociólogos analistas estruturais, dentre os quais podemos destacar Mark Granovetter e Barry Wellman, pesquisavam o objeto *rede social*. Nesse caso, o foco era exclusivamente as relações estabelecidas entre os indivíduos de uma coletividade, a maneira como os membros de uma comunidade mantinham contato entre si. Um dos objetivos dessas análises era o de superar, por assim dizer, as figuras conhecidas da sociologia clássica, que serviam para amparar os estudos das condições sociais dos grupos humanos, tais como diferença de gênero, raça, idade, classe social, remuneração etc. A crítica dos analistas estruturais era exatamente a de que essas categorias da sociologia, que serviam para mapear os grupos sociais, não poderiam ser o ponto de partida das pesquisas, mas aquilo mesmo que deveria ser explicado.

Elas são, em última análise, o efeito de uma determinada dinâmica dos grupos sociais. Mas como alcançar o entendimento dessa dinâmica? A hipótese formulada naquele momento era a de que deveríamos, em primeiro lugar, compreender o nível de interação e integração entre os indivíduos de um grupo, a densidade de suas relações, a forma de sua rede social, para, somente depois, avaliar o porque de determinadas características estarem ali presentes (se há mais idosos ou jovens, homens ou mulheres etc.).

Um dos aspectos que permitiu esse novo tipo de leitura foi passar a entender os laços sociais sob o ponto de vista do *fluxo de recursos* entre os nós da rede. Esses recursos poderiam ser de várias ordens, como por exemplo informações, conhecimento, auxílio financeiro, apoio emocional, ações colaborativas etc. Essa percepção das redes passou a determinar a compreensão de um elemento fundamental na dinâmica de associação dos indivíduos: *as razões que levam cada um a buscar a integração com diferentes redes*. De fato, se há recursos que circulam numa rede social, deve-se entender que os indivíduos buscam, na integração com seus grupos, usufruir de tais recursos. Essa busca por recursos presentes nas redes sociais, e seu sucesso ou fracasso em obtê-los, seria então um fator chave para o entendimento da dinâmica das conexões entre os indivíduos *no tempo*, e que poderia explicar as diversas formações que podemos observar nos grafos de representação das redes, tais como centralidade, periferia, laços fortes e laços fracos etc. Mas essa maneira de entender a emergência das redes sociais, seja isso positivo ou não, é francamente econômica, pois parte do pressuposto de que os indivíduos agem segundo seus interesses pessoais, e que é isso que os orienta na busca por laços sociais. O importante então, nessa ótica, são as conexões, a ampliação de determinados tipos de conexões que possam servir a interesses específicos de cada um, que possam resultar em benefícios claros para aqueles que se engajam numa dinâmica de rede.

Realmente, muitos são aqueles que se perguntam sobre os benefícios de estar em rede, de cooperar em rede. Nesse caso as respostas podem ser várias:

benefícios pessoais, financeiros, profissionais etc. Supõe-se que a participação em rede deva atender a alguma forma de benefício individual. Se o benefício é real, mesmo que seja diferente para cada indivíduo, pressupõe-se que a ação em rede deva ocorrer, ou seja, que os indivíduos irão atuar e cooperar em rede para obter seus benefícios. Mas no caso de um determinado indivíduo poder obter o mesmo benefício de outra forma, ou obtendo-o no decorrer da ação colaborativa, tal ação passa a não ter mais sentido. O indivíduo implica-se na cooperação até o momento em que obtém o benefício pretendido, deixando em seguida a rede, mesmo que outros ainda não tenham alcançado seus próprios objetivos. Ou pode ocorrer do indivíduo alcançar seus objetivos por outros meios, o que resulta na mesma situação para a rede: a redução na participação. Quando se reflete, além disso, sobre o potencial de reciprocidade nas ações entre os indivíduos em rede, sempre devemos lembrar que muitas dessas ações não retornarão diretamente daqueles com quem contribuímos. O estar em rede cria uma situação na qual somos conscientes de que contribuímos com a rede e é a rede que contribuirá conosco, e não aqueles indivíduos com os quais contribuímos diretamente. O benefício, portanto, não deve ser esperado no tempo imediato e da pessoa com quem colaboramos ou contribuímos, mas da rede como um todo e num tempo diferido.

Apesar da riqueza desse tipo de abordagem, e por entender que ela nos serve realmente como ferramenta auxiliar para se decifrar os processos de formação de redes sociais, há que se considerar que, da perspectiva da formação de coletivos, deve haver um elemento que ultrapasse essa visão peculiar à economia, ao *homo oeconomicus*, e que supere, de alguma forma, essa ótica do *individualismo conectado*. Sem descartar, então, que devamos ter claro os benefícios pessoais numa ação coletiva, é preciso igualmente construir um propósito comum. Para uma ação coletiva, o propósito comum é a marca da existência de qualquer grupo, coletivo ou comunidade, ele é o que pode ser atingido simultaneamente por todos numa ação conjunta: equipes, grupos de

projetos, futebol, protestos, greves etc. O propósito é aquilo que mobiliza um coletivo.

O COLETIVO CONECTADO

Diz-se que as redes possuem padrões e os coletivos investem propósitos. É isso o que difere os coletivos de uma simples rede abstrata (ou física). O que dá sentido a um coletivo são os propósitos que o orientam e não um simples padrão de comportamento. Portanto, a indução de comportamentos não significa a construção de propósitos, que é o momento em que cada indivíduo entende que deve colaborar para a construção do comum. Adotar um certo comportamento coletivo não significa necessariamente compreender o benefício *para o todo*, mas simplesmente a segurança e benefício *para si mesmo*.

Eugene Thacker, filósofo americano, num artigo intitulado “Redes, Enxames e Multidão”, nos coloca a seguinte questão: estamos conectados porque somos um coletivo, ou somos um coletivo porque estamos conectados? Nosso interesse nesse artigo está, em primeiro lugar, na discussão que ele promove sobre a distinção entre conectividade e coletividade. Em segundo lugar, suas reflexões sobre o estatuto de “rede” são igualmente importantes e nos ajudam a pensar o fenômeno atual de redes sociais.

O fato de se promover conexão não implica que disso resultará um coletivo. Logo, não necessariamente formamos um coletivo porque estamos conectados. Mas se somos um coletivo, então devemos estar conectados em algum nível. Coletivo entende-se aqui sob seu aspecto político, implicando uma intencionalidade, propósitos, ações.

E uma rede social? O próprio termo parece dar ênfase ao aspecto conectivo da relação: uma relação em rede. Social, porque se trata de uma rede de indivíduos e não de tráfego rodoviário ou aéreo, uma rede elétrica etc. Indivíduos conectados formam uma rede social. Mas por esse fato já constituem um coletivo?

Uma inteligência coletiva? Para isso não deveria haver um propósito, uma intenção comum que os relacione?

É dentro desse quadro que Thacker conduz suas reflexões, fazendo o paralelo entre, por um lado, a conectividade e a simples existência de padrões que emergem de uma rede e, por outro lado, a coletividade e a construção coletiva de propósitos. Colocar a discussão nesse nível, distinguindo conectividade de coletividade, permite que Thacker considere que a atual “sociedade em rede” se alimenta de uma utopia tecnológica que possui seus limites políticos.

“Que a Internet apresente uma topologia descentralizada ou distribuída, não é um indicador de que os princípios democráticos sejam inerentes às tecnologias da informação. De fato, em muitos casos se observa o efeito contrário, pela canalização da atividade *on-line*, sufocando a inovação, “globalizando” o acesso e impedindo de uma forma geral a concorrência do pensamento crítico e técnico (não pense, clique). Entre os extremos da inovação técnica e do conservadorismo político, as novas tecnologias parecem prometer uma mudança política e social ao mesmo tempo em que elas categoricamente as impedem” (Thacker, 2004, 3).

É fato que o fenômeno das comunidades virtuais e, mais recentemente, das redes sociais na Internet, têm alimentado expectativas sobre novas formas de mobilização política. O próprio Thacker recorda o exemplo das manifestações em Seattle, que ocorreram na conferência da OMC em 1999, bem como os protestos nas Filipinas, por ocasião da deposição do então presidente Strada. Poderíamos acrescentar os eventos da Espanha, com a difusão via celulares de mensagens que mobilizaram milhares de pessoas em várias cidades daquele país (‘No hay sido ETA’), bem como as recentes eleições de Obama ou o papel do Twitter nas manifestações em Teerã. Tais exemplos, que foram disparados de forma descentralizada, com o apoio essencial das novas tecnologias, expressam propósitos e intenções coletivas muito claras, que funcionaram então como alimento para um ativismo político que se iniciou com indivíduos conectados a distância, mas que culminou com manifestações presenciais importantes. Nesses

casos, a conectividade foi necessária, mas foi preciso um propósito comum para gerar a mobilização dessas coletividades. Além disso, não é de se supor que os indivíduos envolvidos nesses eventos participassem previamente de uma mesma rede social ou comunidade virtual, por exemplo, mas com certeza as mensagens migraram de grupos para grupos numa espécie de propagação horizontal, que só se sustentou pelo claro motivo intencional que produziu sentido para cada indivíduo separadamente.

O que Thacker ressalta é que a distinção entre conectividade e coletividade é relevante porque ela nos mostra uma confusão comum em muitas análises do fenômeno da rede: que a conectividade por si só implica imediatamente uma coletividade, e que a mera existência de uma coletividade significa a emergência de uma forma política. Thacker cita, por exemplo, as análises de Howard Rheingold em seu livro *Smart Mobs*, as de Mark Buchanan em seu livro *Nexus* e, também, as de A. Barabasi em seu texto *Linked*. O receio dessas análises é fazer crer que o simples fato de estar *on-line* é sinônimo de algum tipo de ativismo político.

Mas o que Thacker avança, nesse primeiro momento de seu texto, como definição de conectividade, nos parece interessante. Como a maioria dos autores que pensam a conectividade das redes, Thacker também sustenta que a relação de unidades individuais pode se apresentar sob diversas configurações topológicas. Mas ele afirma, por outro lado, que a conectividade aqui é mais um “status” do que um estado ou uma coisa. Ela pode ser baixa ou alta, ampla ou estreita, centralizada ou descentralizada. Mais ainda, sustenta que a conectividade não é sinônimo de “relação”, mas a pressupõe, já que requer um contexto ou ao menos um pretexto. Pode-se dizer que esse contexto já envolve os indivíduos em relação, e que a conectividade dá suporte ao fluxo de informações e interações entre eles. A conectividade então funcionaria como pré-requisito de coletividades, como sua condição de possibilidade, mas a pura conectividade, mais uma vez, não implica necessariamente um coletivo.

Que o paradigma da rede representa a cultura global não surpreende mais ninguém. A pergunta que Thacker se coloca é o que significa exatamente um tal paradigma? Redes estão por toda a parte, no consumo, no entretenimento, no marketing, nas comunicações, na saúde, na educação. Ou seja, busca-se compreender esses domínios através do fenômeno da rede. Uma ciência da rede, interdisciplinar, busca descrever e analisar esse fenômeno em várias direções, como a da comunicação, a da sociologia, e mesmo a da biologia. Contudo, Thacker nos oferece, por sua vez, um contraponto importante nas reflexões sobre rede. Ele lembra que quando os teóricos da ciência da rede fazem uso da teoria dos grafos, por exemplo, estão atualizando as teses do matemático Euler, do século 18, que formulava problemas em termos de laços e nós, abstraindo portanto as relações ou ações como “laços” e os indivíduos ou coisas como os “nós”. O ponto importante para Thacker é o fato dessas análises traduzirem a rede como um fenômeno espacial:

“Da perspectiva da ciência da rede, a rede é essencialmente espacial, e as propriedades universais que ela apresenta não são muito evidentes no seu funcionamento dinâmico, já que são padrões estáticos que existem acima da temporalidade da rede. De fato, quando se fala em ‘topologia’, está-se falando de redes espacializadas, mapeáveis, entidades discretas” (Thacker, 2004, 5)

O que parece então problemático, para Thacker, é o fato de topologias e mapas não conseguirem expressar as redes como redes “vivas”, como redes que estão funcionando, em processo, ou seja, como coletivos conectados *no tempo*. Para Thacker, as visões tanto de Euler quanto de Kant, os primeiros a pensar a teoria dos grafos, espacializam a dinâmica da rede, espacializam o tempo, e ele chega a usar as definições de Bergson para lembrar que o processo de mudança é constitutivo, e que nossos conceitos de espaço e tempo derivam na verdade do conceito mais profundo de duração. Isso para afirmar que toda definição de rede

deve levar em conta seu elemento constitutivo, seu aspecto dinâmico que está enraizado na temporalidade.

Mas como construir uma tal definição? Qual definição de rede pode incluir os processos de mudança?

ESPINOZA E O AFETO-REDE

A sugestão de Thacker é extremamente interessante. Ele sugere que pensemos numa distinção entre “efeito de rede” e “afeto de rede”. No caso do “efeito de rede”, encontramos todo o esforço feito pela ciência da rede para mapear ou cartografar redes, seja a Internet e os processos de comunicação, a propagação das doenças infecciosas, as associações de grupos das mais variadas espécies, as redes físicas (como trânsito, espaço aéreo) etc. Essas redes são vistas como um todo, traduzidas em nós e laços, e os padrões que dela emergem expressam uma topologia que serve para a análise e mensuração de seus efeitos.

Já no caso do “afeto de rede”, ou “rede-afeto”, Thacker recorre à Espinoza para explicar de que forma podemos compreender uma rede viva que escapa às análises quantitativas ou à busca por padrões estáticos. Mas antes é preciso uma definição de afeto, que ele enuncia da seguinte forma, citando Espinoza: “afeto são ‘afecções do corpo pelas quais a potência de agir do corpo é aumentada ou diminuída, estimulada ou constringida, e, ao mesmo tempo, as idéias dessas afecções’” (Thacker, 2004, 6). Sem entrar no mérito dessa citação, pois muito haveria a se acrescentar sobre o conceito de afeto em Espinoza, é interessante perceber que Thacker concebe como contraponto ao paradigma espacializante da rede, uma idéia de circulação de afetos em rede:

“o afeto é posto em rede, ele se torna distribuído e é destacado de seu *locus* antropomórfico no indivíduo. Numa rede dinâmica, o indivíduo não possui uma emoção, mas é constituído pela circulação de afetos. Os afetos podem circular em muitos níveis (biológico, social, econômico) e através de mais de

um tipo de rede. Mas a rede-afeto é a topologia imanente da rede, sua vida, não o padrão abstrato e transcendente acima da rede". (Thacker, 2004, 6)

Essa afirmação conduz Thacker a repensar o estatuto mesmo da rede, definida preliminarmente como uma topologia formada por nós e laços. Ora, se a rede é dinâmica, se devemos pensá-la na duração, se os indivíduos são constituídos pela circulação de afetos, tornando portanto a rede viva, a separação entre nós e laços parece perder seu sentido. Thacker se pergunta: "poderíamos dizer que, quando consideramos as redes como redes vivas, chegamos a uma situação na qual os nós são iguais aos laços, na qual os nós *são* os laços?" (Thacker, 2004, 6). Na verdade, nos exemplos que ele apresenta, como manifestações políticas, auto-organização dos insetos e padrões de doenças infecciosas, pode-se perfeitamente mapear tais redes segundo uma topologia estática de nós e laços. Mas é preciso reconhecer que, ao menos nesses casos, há mais do que simples redes, já que os indivíduos, que são os nós, modificam-se segundo as relações em que entram. É o caso das modificações de posição política, ou do meio ambiente, ou de mutações de vírus. Mas entre os indivíduos há mudanças nos laços (que por sua vez modificam os indivíduos), como no exemplo da adesão a uma causa, quando se fala das manifestações políticas, ou na situação da urgência de tarefas, como no caso dos insetos e, também, os modos de transmissão nas doenças infecciosas. Tudo isso para dizer que há uma dinâmica de certas redes que alteram tanto as relações quanto os indivíduos em relação. Os nós de uma rede não são fixos, não são termos constantes que ao se ligarem produzem relações igualmente constantes. No limite, seria como sugere David Hume, em seu *Tratado da Natureza Humana*: as relações fundam os termos, não há termo *a priori* numa relação.

A COESÃO DO COLETIVO

Essa proposição de Hume, de que *as relações fundam os termos*, nos leva a refletir sobre os graus de coesão presentes num coletivo. Mas vejamos o que vem a ser primeiramente uma coesão coletiva. Há um certo plano do senso comum que supõe que pessoas ligadas por algum tipo de laço, percebem e são percebidas de maneira equivalente. Porém, quer se trate de relações presenciais ou virtuais, os indivíduos numa rede de relacionamento qualquer apresentam níveis diferentes de percepção sobre seus pares. Quando se trata, por exemplo, de um colega de trabalho, um indivíduo pode supor que esse colega, pelo fato de executarem algumas tarefas em conjunto, o percebe como alguém que colabora consigo. A surpresa vem, quando se pergunta para esse colega sobre a colaboração daquele indivíduo, e se tem como resposta algo do tipo: “não, ele não colabora comigo, faço meu trabalho sozinho”. Ou seja, entre dois colegas de trabalho que executam coisas conjuntamente, só um deles percebe que há colaboração. Essa situação, que é mais comum do que se imagina, é identificada como *graus de não-coesão* do coletivo. Quando procuramos entender o por que de tais disparidades, deixamos a posição de meros cartógrafos de redes para nos tornarmos analistas da dinâmica de um coletivo. Por que há disparidade? Qual a razão dessa dissonância? Seria um problema de hierarquia, de dificuldades de comunicação, de expressão, de preconceitos?

Basicamente, essa situação de não-coesão nos mostra que uma mesma relação não é *vivida* da mesma forma pelos pares envolvidos. Se retomamos Espinoza, em sua *Ética*, ele nos faz ver que os indivíduos são afetados de maneiras diferentes dentro das relações que estabelecem. Mas isso se deve ao que exatamente? A tese espinozana sustenta que cada indivíduo pode ser visto como um certo grau de potência, que é o mesmo que sua potência de existir. Essa potência é *modificada* de acordo com os encontros que cada indivíduo faz em sua vida, sendo essa modificação, na verdade, o resultado da forma como esse indivíduo se engaja e investe essa relação. Essa modificação é dita ser um *afeto* no

indivíduo. Uma relação pai-filho, por exemplo, é vivida de forma diferente tanto pelos pais como pelos filhos. Há maneiras diversas de se investir esse tipo de relação, e isso depende, justamente, do grau de potência de cada um e, simultaneamente, de como cada membro da relação é afetado pelo outro. E assim para qualquer outro tipo de relação. Ora, como estamos sempre envolvidos em muitas relações, diferentes umas das outras, seremos afetados de forma diversa por cada uma delas. Desse modo, não há como tomar um indivíduo como um fator constante, que se comportaria da mesma forma sob relações variáveis. Mesmo dois colegas de trabalho, onde se supõe que compartilham de uma paridade em sua relação, são afetados de maneiras diferentes um pelo outro, e portanto constroem percepções diferentes sobre sua participação nessa relação. E como possuem outras relações além dessa, são afetados também de outras maneiras, percebendo, investindo e vivendo essas outras situações de formas diversas. A não-coesão entre indivíduos num coletivo se justifica, portanto, desse ponto de vista, pois haverá sempre modos diferentes de ser afetado pelas relações em que se encontra.

É a isso que nos remete a proposição de Hume, quando afirma que as relações fundam os termos. Mas se recuperarmos a idéia de Thacker, sobre a *rede-afeto*, veremos que o interessante dela é buscar mostrar que, como estamos sempre em rede, sempre conectados de algum modo a um certo número de outros indivíduos, a dinâmica da rede seria o modo como todas essas relações podem afetar a cada indivíduo separadamente, e a todos simultaneamente. Há, desse ponto de vista, uma real circulação de afetos na rede.

CONCLUSÃO

As vantagens e os limites das leituras espacializantes das redes sociais parecem estar mais claras agora. De fato, uma representação espacial de uma rede social nos serve como instrumento de visualização da situação das conexões existentes num dado momento. Essa situação é revelada pelos padrões que

apresentam as interrelações de nós e laços, caracterizadas pela densidade ou raridade das conexões entre os indivíduos mapeados. Mas esses padrões podem nos explicar muito bem como os recursos disponíveis na rede estão circulando naquele instante, quais os canais privilegiados, pontos de origem, passagem e chegada de informações, centralidade e periferia de alguns nós, que laços são mais fortes e quais são mais fracos etc. Como vimos, essa visão das redes sociais como uma estrutura que se alimenta do fluxo de recursos permite compreender que indivíduos queiram se conectar para usufruir disso que circula. É o individualismo conectado, o esforço em fazer *networking*, em ampliar suas redes de contatos.

Mas as representações de redes sociais, baseadas nos graus de conectividade, encontram seu limite quando se trata de pensar os coletivos e seus propósitos comuns. Primeiro, porque elas são espacializantes, e oferecem do coletivo apenas a foto de um instante de suas conexões. Segundo, porque o pressuposto de uma representação espacial de rede é que seus componentes não se alteram sob a ação dos outros e que, no limite, nós e laços não devem se confundir. Elas não podem, portanto, alcançar aquilo que realmente se dá, ou seja, o fato de que ao se pôr em relação, os indivíduos modificam-se a si mesmos e modificam suas próprias relações. Se o que orienta um coletivo são seus propósitos comuns, isso não pode estar inscrito em uma representação, pelo simples motivo de que cada indivíduo deve se relacionar com esse propósito de uma forma diferente, deve ser afetado por ele de modo distinto, exatamente porque deve fazer um esforço singular no sentido de ajustar, no tempo, suas próprias ações ao propósito de todos. Esse ajuste, esse arranjo do coletivo, significa o constante esforço de negociação de preferências individuais, de tal forma que os propósitos individuais possam ser atendidos, ao menos em parte, em função do propósito do coletivo.

REFERÊNCIAS

- BARABASI, A. *Linked*. Cambridge: Perseus, 2002
- BUCHANAN, M. *Nexus*. New York: Norton, 2002
- ESPINOZA, B. *Ética*. São Paulo: Autêntica, 2007
- GRANOVETTER, M. *Le marché autrement*. Paris: Desclée de Brouwer, 2000
- HUME, D. *Tratado da Natureza Humana*. São Paulo: Unesp, 2009
- RHEINGOLD, H. *Smart Mobs: The Next Social Revolution*, New York: Perseus, 2002
- ROSENSTIEHL, P. "Rede", in Enciclopédia Einaudi, Lisboa; Casa da Moeda, 1978
- THACKER, E. "Networks, Swarms, Multitudes", Ed. Arthur and Marilouise Kroker, www.ctheory.net/articles.aspx?id=422, 5/18/2004
- WELLMAN, B. *The Glocal Village: Internet and Community*. In Idea&s, University of Toronto. V.1, N.1, Autumn. 2004
- WELLMAN, B & BERKOWITZ, S. D. *Social structures: a network approach*. New York: Cambridge University Press, 1988

Recebido em: 15/04/2011

Aprovado em: 03/05/2011

**ESPAÇOS URBANOS E PRÁTICAS ARTÍSTICAS COLETIVAS, EM SÃO PAULO:
UM COMENTÁRIO SOBRE A AÇÃO *‘O CÉU NOS OBSERVA’*.**

Vera Pallamin*

RESUMO

Comenta-se a ação artística intitulada *‘O céu nos observa’*, concebida pelo artista Daniel Lima e realizada na metrópole paulistana, em 2010. Este trabalho iniciou-se por meio de um chamado de caráter público feito pelo artista, via rede, aberto a todos os interessados em realizar, em determinada data e horário, suas próprias intervenções estéticas em espaços abertos da cidade, num território de 100km², prevendo-se que o conjunto seria capturado por uma imagem via satélite.

O artigo analisa determinados aspectos relacionados à formalização estética da proposta, enfatizando-se, por um lado, a questão da espacialidade urbana e das múltiplas escalas espaciais em jogo e, por outro, correlações entre autoria e anonimato, inscrição e documento, controle e desvio, aparência e evidência. De modo entrelaçado e complementar a esta perspectiva, destacam-se singularidades quanto à sua recepção estética e a maneira como a comunicabilidade entre artistas, espectadores, ações e registros foi operada no conjunto.

* Professora Doutora da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP, onde orienta pesquisas de mestrado e doutorado. Desenvolve pesquisa sobre relações contemporâneas entre cidade, cultura e arte urbana.

**URBAN SPACES AND COLLECTIVE ARTISTIC PRACTICES, IN SÃO PAULO: A
COMMENTARY ON THE ARTISTIC ACTION 'O CÉU NOS OBSERVA'.**

Vera Pallamin*

ABSTRACT

This paper presents a commentary on the artistic action titled 'O Céu nos Observa', which was conceived by the artist Daniel Lima and performed in the paulistano metropolis, em 2010. It's point of departure was a public call made by the artist through internet, open to anyone that could be interested in performing his/her own aesthetic proposal in an open space of his/her choice, but in a specific hour and date suggested by the artist. The whole collective production would be captured by a satellite image, considering an urban extension of 100km².

This paper analyses certain aspects related with the aesthetic formalization of this proposal, emphasizing, in one hand, the question of urban spatiality and the multiple spatial scales that were mobilized by the initial proposal; in the other hand, it examines some correlations between authorship and anonymity, inscription and documentation, control and deviation, appearance and evidence. In an additional and interlaced way, some singularities related with the themes of aesthetic reception and the communicability among artists, spectators, artistic actions and the recordings of their urban interventions are taken in account.

* Professora Doutora da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP, onde orienta pesquisas de mestrado e doutorado. Desenvolve pesquisa sobre relações contemporâneas entre cidade, cultura e arte urbana.

I. SOBRE AS ESPACIALIDADES MÚLTIPLAS

'O Céu nos Observa' foi uma iniciativa de Daniel Lima, artista que desde 2001 vem desenvolvendo interferências no espaço urbano. Ocorreu em maio de 2010, tendo sido iniciada com a seguinte chamada, via email, enviada pelo artista, a qual cita-se, por integrar a proposta e sintetizar a sua natureza:

Amigos,

Estou fazendo um novo projeto de intervenção e gostaria de convidá-los a participar!

No sábado, dia 15 de maio, às 10 horas, um satélite de altíssima resolução espacial vai fazer uma imagem de uma parte da cidade de São Paulo. Neste dia e horário, qualquer objeto ou corpo sob o céu - de preferência numa área iluminada pela luz do sol - com mais de 50cm (de largura) aparecerá na imagem de satélite. O rastreamento que solicitei desta área demora apenas 3 segundos. É quase instantâneo.

A área coberta será um quadrado de 10km x 10km, sendo os vértices: Parque Villa-Lobos; Praça da Sé; Aeroporto de Congonhas e Paraisópolis. Isto inclui parte do Centro, Zona Oeste e Zona Sul. Em anexo, envio uma imagem de satélite com coordenadas e principais marcos geográficos.

Faço uma chamada para que todos participem e proponham interferências para esta imagem de satélite. Vamos instaurar a possibilidade de estarmos juntos em ação no mesmo dia, num mesmo instante, em diferentes espaços da mesma cidade!

Como registro do acontecimento farei um vídeo de 8 minutos, tendo a imagem de satélite e os vídeos das ações como base. Assim, peço que gravem suas ações em vídeo (da maneira que quiserem) para que eu possa incluir no vídeo final alguns processos de criação e realização - me mandem um email para que possa recolher o material de vídeo.

Nos dias seguintes a imagem de satélite estará disponível num site para que todos possam compartilhar as diferentes ações e também "subir" seus vídeos.

(...).

Qualquer dúvida ou necessidade ou sugestão me escrevam: danielcflima@yahoo.com.

*Por favor, repassem a todos que puderem. A mobilização pública para este dia é fundamental! Conto com vocês!!!
abr, Daniel Lima. ¹*

Neste projeto e em sua formalização estética estão em jogo múltiplas espacialidades, num conjunto aberto: consideram-se intervenções a serem realizadas em uma imensa área de São Paulo, com cerca de 100km², nas quais se

¹ Daniel Lima. In: 'O Céu nos observa'. End: <http://oceunosobserva.blogspot.com>
Acesso: Maio de 2010.

entrelaçam a escala metropolitana, a escala local, a do gesto e aquela global, implícita na imagem via satélite. Neste território urbano não há localidades definidas, pré-aprovadas ou pré-selecionadas como mais aptas, mais afeitas ou disponíveis para tais ações. Não há repartição prévia dos lugares: estando nos limites intra-coordenadas da imagem e em espaços descobertos, todos são igualmente considerados, equalizando-se possibilidades. Também não há repartição prévia entre os interventores artistas e não-artistas. A chamada inicial, disseminada via rede, estava aberta à inclusão de qualquer um. Não se sabia, a princípio, quem faria o quê e onde: poderia ser que o chamamento do artista estimulasse várias respostas, ou não. O início foi pautado pela incerteza.

Percebeu-se a repercussão efetiva da iniciativa à medida que os vídeos das ações artísticas foram sendo disponibilizados pelos seus autores ou protagonistas no *site* do trabalho: o modo virtual foi aquele que propiciou a reunião do que foi feito e a apreensão de sua abrangência urbana. Ao anonimato inicial, que era matéria mesma da matriz proposta, conjugava-se o desejo do artista, de formação de certa coletividade urbana: as suas palavras, em sua chamada, foram *'mobilização pública'* e a possibilidade de se estar *"juntos em ação no mesmo dia, num mesmo instante, em diferentes espaços da mesma cidade!"*.

Essa concomitância de ações espalhadas pela cidade dialoga, de certa maneira, com o formato das mobilizações rápidas - chamadas *flash mobs* - que são acionadas, via de regra, pela internet e têm sido realizadas para protestos ou encontros, a exemplo daqueles ocorridos em metrô, para festas relâmpago. *'O Céu nos observa'* provocou uma mobilização entre desconhecidos, porém sem reuni-los num mesmo lugar, como ocorre na maioria das *'flash mobs'*, mas efetivando-se em espaços dissipados, sem vizinhança imediata: operou-se com a ambigüidade entre reunião e espalhamento, simultaneidade e dispersão.

Na matriz proposta houve a captação da singularidade de cada iniciativa nos vídeos realizados por seus integrantes, porém enfatizou-se a valorização do agrupamento e a dimensão coletiva como fundamental ao projeto. Em sua

concepção, o artista proponente optou por ausentar-se da primeira fase das intervenções urbanas, colocando-se no papel de potencializar a sua realização, assim como elaborar e disponibilizar o espaço virtual de encontro.

A imagem empregada como foco disparador do projeto não revela, de imediato e vista por si mesma, a qual metrópole pertence. Sendo abstrata em alto grau, é resultante de um acúmulo de trabalho técnico e trabalho abstrato, cuja amplitude é incontornável. Combinando nitidez e rastreamento, ela opera um tipo de profundidade que é chapante, sendo componente de um sistema de visibilidade que acessa toda a superfície do planeta, disponibilizando-a a verificação e ao escrutínio.

De popularização recente, este modo de visualidade é instrumento e signo dos atuais processos de mundialização que têm marcado as últimas três décadas, cuja dinâmica dá-se na direção de abarcar todo o conjunto das atividades produtivas no curso da acumulação. Estes processos envolvem a estruturação do mercado global e a mundialização do capital e, como se sabe, são de natureza profundamente hierarquizada: buscam-se disseminar por todos os cantos, encolhendo distâncias espaciais, ao mesmo tempo em que implicam, necessariamente, o acirramento das desigualdades e das distâncias sociais: em seu âmago minimizam os ganhos sociais e econômicos da classe trabalhadora, atacando seus vetos e direitos. Nestes termos, a equalização espacial dos lugares, representada na superfície desta imagem, corresponde uma concreta disparidade cada vez mais acentuada entre núcleos centrais e periféricos no sistema, tanto tomados em escala local quanto global.

Trata-se, em certo sentido, de uma representação 'urbi et orbi': para a cidade e para o mundo. Não se tem acesso facilitado à sua fatura, nem se pode observar, olhando para o céu, a partir de que ponto é feita. Ela despotencializa o corpo fenomenológico, concretizando-se como captura, varredura, ângulo, extensão, coordenadas e condições atmosféricas. A visibilidade panótica com a qual opera é também tecnologia de controle, tema foucaultiano que foi retomado por

Daniel Lima ao escrever na sinopse de sua proposta: *"nossas vidas circulam criptografadas nas redes de comunicação (...), nossas casas podem ser vistas de muito acima, numa visão quase onipresente. Nesta relação parece que nos resta a passiva resignação diante do incomensurável mundo novo. O que fazer diante de tão invisível e dominante poder? Como reagir à constante vigilância do mundo contemporâneo? Como interagir com a escala das estruturas globais?"*²

'*O Céu nos observa*' põe em relevo esta questão do controle social e dos imaginários da dominação. Neste aspecto, dialoga com uma já longa linhagem de trabalhos de arte nos quais inclui-se o filme de Andy Warhol chamado 'Outer and Inner Space', feito em 1965, voltado para a tematização da vigilância e de quem observa quem: em suas sequências, uma atriz aparece em visada frontal e de perfil, simultaneamente, de modo que ora pareça falando livremente, ora para alguém fora da cena, que a observa e a controla numa tela de TV. Mais recentemente, equipamentos de vigilância instalados em áreas de circulação ou espaços públicos, assim como outros dispositivos, como biometria e geolocalização, têm sido resignificados por práticas associadas à chamada 'Surveillance Art', a exemplo do projeto 'Faceless' (2006), da artista austríaca Manu Luksch, que residindo em Londres fez um filme de ficção a partir de imagens em que sua pessoa fora captada pelas câmeras instaladas em diversos ângulos no centro daquela cidade e em alguns espaços internos, cenas às quais teve acesso permitido por lei por conterem registro de sua imagem pessoal.

'*O Céu nos observa*' leva adiante esta tematização, polemizando como as aparências de acessibilidade, exposição, transparência e publicização – todas presentes naquela imagem tecnológica da cidade – são as mesmas com que se adjetivam os circuitos sempre mais finos da troca mercantil e de monitoramento coletivo. Em sua proposta, contudo, estabeleceu-se imediatamente uma dobradiça, pensando-se o exercício da arte como uma contraposição a este imaginário

² Daniel Lima, Idem.

dominante: prefigurou-se na imagem por satélite contratada pelo artista, o registro de "pequenas ações-ruído (...), ele diz, como uma possibilidade simbólica de interferência no processo de mapeamento da cidade".³ Diante do poder usurpador exercido pelos imaginários da dominação, pôs-se em causa um confronto entre a visada de sobrevôo e o olhar desviante: como gerar em uma imagem urbana, desta escala e envergadura, um contra-discurso naquilo mesmo que ela registra, a contrapelo, utilizando seus próprios meios? Como inverter expectativas em sua leitura?

Nesta conjunção de visadas abrem-se planos de antagonismos e cruzamentos em que se transita entre o espaço abstrato e o espaço vivido, entre aquele representacional e o perceptivo, entre o tecnológico e o corporal. Oscila-se entre a idéia de espaço desenraizado, desvinculado e a noção de lugar afetado, particularizado: o sentido de 'estar ali', na cidade, modula-se entre presença, ressonância e também insignificância.

No delineamento geral de '*O Céu nos observa*' não é dominante a espacialidade do corpo próprio, como o fôra, por exemplo, nos anos setenta, na conhecida obra '*Shifts*', de Richard Serra (1970-2), em que os horizontes e limites dos planos espaciais e construídos da obra como um todo eram constituídos pela presença do artista, e de seu amigo, caminhando pelo local. Também não se imanta pela noção de 'especificidade do lugar' ('site specific'), a qual teve relevância nos anos oitenta e noventa no âmbito de ações artísticas em espaços públicos, como o divulgado trabalho '*E vocês foram vitoriosos depois de tudo*', de Hans Haacke (1988), ligado a questões nazistas, e que sofreu a ação de uma pequena bomba, pouco tempo depois de aberto ao público.

Em '*O Céu nos observa*' há ora alternância, ora embaralhamento de categorias espaciais: as perspectivas da horizontalidade e proximidade são captadas pela mediação do vídeo; as intervenções, contudo, pressupõem sua

³ Daniel Lima, idem.

tomada zenital, apostando-se na formulação de que possam acionar-se como signos disruptivos quando decodificados em relação à lógica material e visual da imagem via satélite da cidade. Do conjunto realizado, destacamos, a título de exemplo, as intervenções 'Capivara' e 'O Buraco da Fechadura':⁴:



Imagens 2 e 3: Fonte: casadalapa
Ação: Manifesto Capivara

"Varzeanas, em torno das margens as capivaras estão repovoando o que foi outrora simplesmente natureza, descaracterizadas sem pudor pelo avanço da urbanidade estes enormes ratos do banhado vem trazer a várzea de novo para a cidade, do futebol a um banzo no gramado, o silêncio das águas que correm sobre nossos pés."



⁴ O conjunto encontra-se disponível em: <http://oceunosobserva.blogspot.com>
Compõe-se das seguintes ações: 'Capoeira', 'Pra Frente Brasil', 'Projeto Força-Tarefa Xlab', 'Por que duvido?', 'Você vestiria uma árvore?', 'Proibido Fotografar'. 'Tá difícil respirar', 'Bandeira do Brasil', 'O céu nos observa I, II, III, IV', 'Infinito Magenta', Capivara', 'Corposinalizante', 'Vendo meu voto – tratar aqui', 'Lixo', 'O buraco da fechadura', 'S.O.S.', 'Cena do Crime' e 'Registro I'.

Imagem 4: Fonte: Daniel Lima
Ação: Buraco da Fechadura

Um dos participantes, O Grupo *Corposinalizante*, utilizou-se da dupla tomada por contigüidade e longitude ao mesmo tempo, como forma de desdobrar a potência da imagem de uma mão espalmada, que utiliza como emblema de sua presença e de suas reivindicações. Formado em 2008 por jovens artistas e educadores “surdos e ouvintes”, como se auto-denominam, e reunidos como desdobramento de um curso de formação em arte para educadores surdos, realizado no MAM-SP, suas ações e performances dirigem-se à implementação de políticas públicas voltadas para este grupo social, incluindo-se, entre suas demandas, a inserção de legendas em filmes nacionais, e a expansão de seus espaços de formação, de trabalho e de acesso à cultura. Sua intervenção específica consistiu em inserir uma ampliação deste emblema no meio da passarela de ligação entre o antigo DETRAN, edifício que passará a abrigar o Museu de Arte Contemporânea da USP e o Parque Ibirapuera. A colocação desta imagem da mão neste ponto central, e orientada para cima e não para frente como usualmente feito, buscou amplificar suas reverberações, no sentido de grafar-se no mapeamento remoto da metrópole e fazer parte de sua visibilidade, numa situação oposta àquela que tem sido vivenciada por este grupo social.



Imagens 5 e 6 – Fonte: Grupo Corposinalizante
Ação: Corposinalizante

II. SOBRE A COMUNICABILIDADE

Em relação à questão da comunicabilidade na formalização estética envolvida em *'O Céu nos Observa'* - em que se associaram ações diretas nos espaços urbanos, vídeos, imagem via satélite, blog e conexões via rede - trabalhou-se a idéia da comunicação não como veiculação linear de mensagens, mas como elaboração compartilhada de sentidos. As ações foram, inicialmente, sendo reconsideradas segundo ressonâncias imprevistas, advindas de sua inserção gradual no *site*, onde se podia auferir o coletivo em pauta. Os autores das ações, no momento inicial da obra, passaram a ser também espectadores, na segunda fase de sua realização: seus vídeos, na medida em que foram sendo disponibilizados na rede, foram se colocando lado a lado com os outros ali registrados, sendo apreendidos numa relação diacrítica entre si. Este conjunto, por sua vez, foi entremeado pelo posterior documentário do artista proponente,⁵ antes espectador atento de cada registro em vídeo, separadamente. Este entrelaçamento de autores, artistas e espectadores, e a reciprocidade de papéis aí estabelecida tanto na recepção estética *'in loco'*, nos espaços urbanos, como naquela virtual, aproxima-se da superação do chamado *'paradoxo do espectador'*, conforme elaborado por Jacques Rancière em sua obra *Le spectateur émancipé* (2008).⁶

O significado de espectador em seu legado histórico, nos diz o filósofo, remete, contraditoriamente, a se tomar o olhar como o oposto do saber e do conhecer: ser espectador é então ser passivo e ignorar. Embora não haja espetáculo sem espectador (mesmo que seja escondido), este seria, nesta tradição, separado da capacidade de conhecer e poder de agir (Rancière, 2008:8), exercendo um olhar subjugado. Esta premissa foi retomada por Guy Debord, em sua fórmula: "mais o homem contempla, menos ele é" (Apud Rancière, 2008:12), criticando a separação e o olhar de exterioridade que marcaria o espectador diante do

⁵ Disponível em <http://oceunosobserva.blogspot.com>

⁶ Jacques Rancière. *Le spectateur émancipé*. Paris, La Fabrique editions, 2008.

espetáculo: a contemplação denunciada por Debord refere-se à “contemplação da aparência separada de sua verdade” (Rancière, 2008:13). Nestes termos, identificar olhar e passividade implica pressupor que olhar quer dizer contemplar algo ignorando a verdade que há por trás deste, de modo que a contemplação concorre, nestes termos, para a alienação.

Na acepção de Rancière, o que fundamenta declarar o espectador como passivo é a defesa de uma posição radical previamente posta de separação de posições, reafirmando-se uma distribuição no sensível que pressupõe a oposição entre o ver e o fazer, uma divisão entre os humanos, que se rebate no “cegamento dos trabalhadores manuais afundados no imediato, e os que contemplam as idéias e prevêem o futuro ou tem visão global do mundo.” (Rancière, 2008:18). O filósofo defende uma recusa desta distância radical, desta distribuição de papéis e das fronteiras entre esses territórios do ver, fazer e falar (Rancière, 2008:23-4). É preciso, ele afirma, reconhecer a atividade própria do espectador, que é a de *tradução e contra-tradução* daquilo com o qual se depara: “é neste poder de associar e dissociar que reside a emancipação do espectador, quer dizer, a emancipação de cada um de nós como espectador” (Rancière, 2008:23). Nisto verifica-se uma capacidade que faz cada um igual ao outro e que se exerce “pelo jogo imprevisível de associações e dissociações” (Rancière, 2008:23).

Na comunicação entre artista e espectador ou entre obra e espectador não há pressuposição de identidade entre causa e efeito, nem pressuposição do que será compreendido (Rancière, 2008:20). Nenhum dos integrantes possui ‘o’ sentido. Em ‘*O Céu nos Observa*’ esta elaboração conjunta reside no âmago de sua natureza, perfazendo-se como uma aventura que não podia ser antecipada em sua comunicabilidade, nem ser sintetizada em blocos seriados de troca de informações. Seus integrantes, inicialmente anônimos, foram intérpretes ativos que construíram suas próprias traduções da proposta lançada como um disparador inicial de ações, as quais, por sua vez, foram alvo de interpretação ativa do proponente e dos que participaram de sua recepção.

Nestes termos, o tipo de comunicação estética em pauta em *‘O Céu nos Observa’* não pretendeu revolucionar, mas sim redistribuir papéis, lugares, posições, acessos, possibilidades e espacialidades. O que foi posto em causa por sua aventura estética, originalmente aberta a qualquer um e desconsiderando certas divisões usuais, avizinhou-se ao que Rancière denomina como ‘reconfiguração do comum’, na direção de um comum ampliado, ou seja, uma reconfiguração de partilhas que marcam o campo social, assim como os espaços e capacidades de quem aí tem voz e vez. Neste trabalho artístico colocou-se em ação um imaginário de vivência urbana - a contrapelo daquele hoje hegemônico - voltado à valorização do coletivo e do anônimo em ação conjunta propositada, promovendo a resignificação de lugares da cidade, de modos de vê-la, de certas lógicas de uso, permanência e prática espacial que, inusitadamente, deslocavam o usual e o ordinário.

Nesta comunicabilidade, *‘O Céu nos observa’* acionou ao mesmo tempo o virtual e o possível, porém sem confundi-los: por meio do virtual, que é caracteristicamente determinado pela atopia e pela acronia, pela desrealização do lugar e do tempo, concebeu-se, um tipo de simultaneidade de ações localizadas na cidade, sob durações distintas, consideradas no cruzamento de duas perspectivas temporais: a tomada horizontal, do vídeo, mais afeita às específicas durações de cada intervenção; e a tomada vertical, conjunta, por uma varredura de apenas três segundos. Porém, mais que isso, tramou-se um encontro que, em primeiro plano, estava empenhado na incisão poética na cidade, mas que também se fez metáfora da mobilização de uma possível coletividade em sintonia de propósitos, voltados para certa atualização da urbanidade, desta civilidade da qual nossa vida urbana, no presente, cada vez mais se distancia. Tem-se o virtual como instrumento de um possível, em que o poético e o político se articulariam como face e contra-face.

III. A IMAGEM FINAL E O TEMPO PRESENTE

Nestes tempos de abstração redobrada, vários aspectos que estão em jogo em *‘O Céu nos Observa’* colocaram-se na contramão de valores dominantes na produção simbólica da cidade, voltando-se o olhar para planos que têm sido obscurecidos ou rarefeitos nas sociabilidades urbanas.

Desde o início, a proposta colocou em questão a tensão entre subjetivação e dessubjetivação, entre o corpo a corpo com a cidade e seu corte estabelecido pelo dispositivo via satélite. Assimilando-se tacitamente a narrativa científica presente na figuração por satélite - ícone tecnológico que também porta algo de ficcional - imaginava-se, no registro final a ser realizado, a plena detecção dos planos e a visibilidade aberta favorecendo a ampla tomada do território urbano. O céu parecia, naquele dia, iluminado, “disponível”, campo de transparência a favorecer a formação da imagem visualizada. Dez dias depois, foi disponibilizada no *blog* do trabalho:



Imagem 7 – Fonte: Daniel Lima

A superfície foi parcialmente coberta por nuvens, cuja densidade, em certas extensões, não permitiu a observação imaginada, mesmo com os recursos de aproximação, para visualizá-la em seus detalhes. Diante das áreas límpidas, contudo, um dos desafios para o espectador foi o de rastrear os locais da cidade à

procura das proposições artísticas, comparando as localizações com aquelas indicadas nos vídeos: certamente um modo, no mínimo, inusitado de busca por intervenções estéticas em espaços urbanos...

Nesta imagem, o surgimento de limiars que tornaram alguns espaços urbanos inapreensíveis, e outros em que se entrevê com dificuldade o que se esperava, gerou um descompasso que, ironicamente, acabou atuando como um “contradispositivo”: os processos de controle foram parcialmente “profanados” em relação à sua potência inicial, sendo metaforicamente desestabilizados, enquanto os processos artísticos na cidade desenrolaram-se inabaladamente.

Diante das ambigüidades daí resultantes, que são inúmeras, levantamos a hipótese de que as evidências, as sobreposições e os ocultamentos do tecido urbano registrados nesta imagem espelham, analogamente, muito das tensões do presente e da complexa natureza do que seria o contemporâneo: à luz do pensamento de Giorgio Agamben, “não se pode falar [em relação ao contemporâneo] em retorno às condições perdidas na história – o que equivaleria, na imagem final, à visibilidade plena - mas somente nos é possível entrever em meio às luzes do presente, o escuro que lhe é inerente”.⁷

Recebido em: 15/04/2011

Aprovado em: 03/05/2011

⁷ Giorgio Agamben, O que é o contemporâneo? e outros ensaios. Trad. Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó, Argos, 2009, pg.21.

PAISAGENS EM MOVIMENTO: CINEMA E ESPAÇO URBANO

Andre Costa*

RESUMO

Este texto apresenta algumas das reflexões que surgiram a partir da produção do documentário *Cinecidades: paisagens em movimento* dirigido pelo autor para o SESC-SP em 2010. O telefilme discute a relação entre tecnologia, cinema e espaço urbano expondo obras e intervenções de diversos artistas como Regina Silveira, coletivo StudioIntro, VJ Spetto, Wim Wenders, Giselle Beiguelman e outros.

* Cineasta, Mestre em Arquitetura e Urbanismo pela FAU-USP, professor universitário de Cinema e de Televisão na FAAP. Pesquisador em linguagens audiovisuais, arquitetura e urbanismo. Dirigiu diversos documentários, entre eles "*Histórias de Morar e Demolições*". Curador da Mostravideo da Itaú Cultural 2010 e 2011, participou também da comissão julgadora de diversos editais públicos na área e de festivais de cinema e vídeo.

LANDSCAPES IN MOVEMENT: CINEMA AND URBAN SPACE

Andre Costa*

ABSTRACT

This paper presents some reflections that emerge from a documentary film called "CineCities: landscapes in movement" directed by the author of the text and made for an educational TV called SESC in 2010. Exposing works and interventions of artists such as Regina Silveira, StudioIntro, VJ Spetto, Wim Wenders, Gisele Beiguelman and others the film discusses the relations between technology, cinema and urban space.

* Cineasta, Mestre em Arquitetura e Urbanismo pela FAU-USP, professor universitário de Cinema e de Televisão na FAAP. Pesquisador em linguagens audiovisuais, arquitetura e urbanismo. Dirigiu diversos documentários, entre eles "*Histórias de Morar e Demolições*". Curador da Mostravideo da Itaú Cultural 2010 e 2011, participou também da comissão julgadora de diversos editais públicos na área e de festivais de cinema e vídeo.

PARA ATUALIZAR UMA RELAÇÃO

Vale conferir desde o início: o cinema nasceu como arte mirando a câmera para as cenas urbanas, expondo-se em telas pelos ambientes de entretenimento urbanos, apreendendo das cidades suas temáticas, objetos, narrativas, influenciando o cotidiano dos seus habitantes. Fez da cidade cenário, objeto, personagem.

Ainda hoje, ao filtrarmos um pouco os entusiasmos desmedidos que apontam a tecnologia como causa das inovações das ações cinematográficas, é assim mesmo que segue esse envolvimento com a cidade que surgiu desde os primórdios da imagem cinematográfica.

Mas será preciso observar as nuances mais recentes desta relação, buscando entendê-las num contexto mais amplo da nossa compreensão acerca da experiência urbana e sem deixar de considerar os avanços tecnológicos dos aparatos de captação, manipulação e exibição das imagens.

A CÂMERA NO ESPAÇO PÚBLICO

No trecho do manifesto dos *Kinoks* [cinema-olho] de 1923, Dziga Vertov propõe uma relação nova e inspirada entre o aparato de captação das imagens e a arte cinematográfica. A partir dela, o mundo, as transformações sociais e a paisagem urbana se tornam apreensíveis às causas poéticas e políticas por meio da mediação da câmera, um dispositivo ótico e mecânico de olhar e tomar a realidade à frente do cineasta:

"Eu sou o cinema-olho, eu sou o olho mecânico, eu sou a máquina que mostra o mundo como só ela pode ver. Doravante serei libertado da imobilidade humana. Eu estou em movimento perpétuo, aproximo-me das coisas, afasto-me, deslizo por sobre elas, nelas penetro; eu me coloco no focinho do cavalo de corrida, atravesso as multidões a toda velocidade, coloco-me à frente dos soldados em assalto,

decolo com os aeroplanos, viro-me de costas, caio e me levanto ao mesmo tempo dos corpos que caem e se levantam(...)"

Ao observar um jovem morador da periferia da cidade com uma câmera digital em mãos, captando vorazmente imagens do seu entorno, é possível detectar muito desse entusiasmo com relação às possibilidades dessa interação mediada pela máquina de colher imagens. Melhor aqui pensar que nem precisamos ressaltar em detalhes as diferenças de contexto social, político e histórico para podermos aproximá-los no que toca à necessidade de compreensão, interpretação da realidade e expressão de suas visões e idéias.

Olhar o mundo através da lente de uma câmera encampa não somente um modo de visão instrumentado, mas também uma consciência de que esse olhar interpreta e está simultaneamente carregado de intencionalidades de representação. Empunhar uma câmera diante de um fato urbano qualquer, presume que esse material gravado servirá posteriormente a uma representação deste fato: ausente no futuro, essas imagens estarão no seu lugar.

Esse desejo mediado pela realidade urbana confere um olhar repleto de intencionalidade com relação à cidade, já permitindo tratar do cinema como uma manifestação urbana e pública e em suas mais diversas formas também independente da arte que acontece por entre as paredes das instituições.

Mas a câmera de Vertov e a câmera desse jovem, embora mantenham muitas similaridades em razão de sua natureza e funcionalidade, não são mais o mesmo aparato. Possuem contextos tecnológicos e industriais distintos, enquanto que também ocupam lugares bem diferentes no mapeamento dos objetos técnicos e dos seus usos sociais. Há aqui um campo enorme a ser tratado sob esta perspectiva, mas que não caberia ao objeto de nossa discussão neste momento. Mas a parte que nos pode aqui ser muito instrutiva durante nossa reflexão é a de que a câmera se insere no cotidiano urbano de uma maneira muito mais ampla e diversificada que à época de Vertov e seu filme *O Homem*

com a Câmera, de 1929. As câmeras nos celulares são um exemplo desta amplitude.

Um sujeito saca seu aparelho celular, mira-o para a paisagem e aperta um botão. Imagens em movimento da cidade são geradas e imediatamente transformadas em dados, sendo transmitidas para uma rede social na internet. Naquele instante, inúmeros amigos seus conectados passam a compartilhar dessa visão. E comentam. E reagem. E repassam.

A câmera mecânica que buscava a luz e com ela sensibilizava uma superfície filmica para imprimir 24 imagens por segundo, agora lê as variações luminosas, converte-as em códigos binários e já a imagem, como dado informacional, pode transitar instantaneamente num universo comunicacional e conectar diversos olhares, provocar distintas intenções. E aquela paisagem toda, compartilhada, passa a narrar também um encontro. Não poderia ser diferente, já que o que temos é uma câmera e um instrumento de comunicação no mesmo aparato.



Este aparelho, no entanto, vai além. Ele se conecta não só com uma rede mundial de comunicação para transmitir, mas também para acessar instantaneamente um arcabouço imensurável de informações que, codificadas também em dados tal como a imagem que acabara de ser produzida, permite a esta agregar sentidos jamais imaginados por um cineasta até então.

Uma característica que se adiciona a essas câmeras de bolso e que pode ainda permitir inserções antes impensáveis do cinema no cotidiano é a conexão com os dados de satélites e os sistemas de geolocalização. O mesmo sujeito aponta agora sua câmera-telefone para um certo prédio que lhe provoca especial curiosidade. Enquanto isto, o sistema GPS do aparelho reconhece o ponto geográfico para onde ele está direcionando e o celular acessa imediatamente um infindável banco de dados e passa a despejar na tela uma série de informações e vídeos sobre o edifício: o ano em que fora construído, seu estilo arquitetônico, dados históricos e tudo o mais que ele pudesse querer saber sobre aquele lugar que estava à frente de seus olhos e à mira de sua câmera de celular. E pronto: uma realidade toda aumentada em sua experiência, a partir da mediação de um aparelho que olha, representa, reconhece, agrega e comunica.

Essas são certamente narrativas audiovisuais que nascem de um contexto tecnológico e comportamental novo, que promove a produção e fruição das imagens em movimento de maneira pulverizada e muito presente nos espaços públicos.

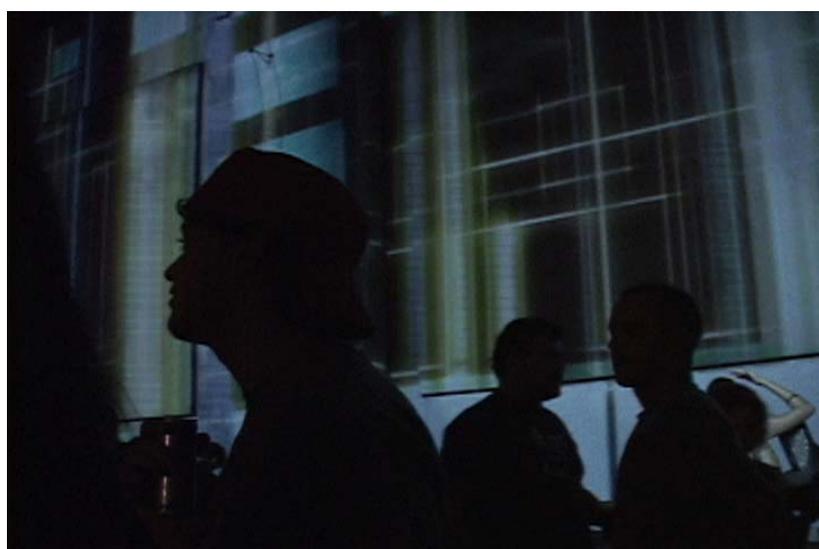
A TELA NO ESPAÇO PÚBLICO

Na cidade de São Paulo, ainda podemos vez ou outra verificar um suporte de telão eletrônico que fora desligado e retirado assim que a Lei Cidade Limpa entrou em vigor.¹ É o rastro de um tempo em que a publicidade dominava a paisagem: criava janelas, assim, no meio da rua, para um mundo imagético outro. O sujeito ali, esperando o farol da Rebouças com a Faria Lima abrir e, de repente, se via imerso em uma narrativa visual. Houve um período em que inúmeros artistas se sentiram provocados pelas possibilidades de experiências estéticas que guardava este aparato imerso assim na paisagem. E chegaram a

¹ A chamada **Lei Cidade Limpa** está em vigor desde o dia 1º de janeiro de 2007 e regulamenta contra a poluição visual no município de São Paulo.

realizar trabalhos para essa tela que ocupava a vista de quem caminhava nas calçadas e dos parabrisas enfileirados à espera do fluxo do trânsito. Foi assim com a intervenção urbana multimídia *Poética*, da artista Gisele Beiguelman em 2003 em São Paulo, em que painéis eletrônicos apresentavam intervenções dos passantes por meio dos seus celulares, expondo escritas em fontes não-fonéticas e gerando uma relação tecnologicamente mediada entre as pessoas e a paisagem urbana.

Mas não foi a ausência dessa tela eletrônica que impossibilitou a incorporação da paisagem como anteparo das experiências de linguagem com as imagens cinéticas. As fachadas arquitetônicas, elas mesmas, com seus códigos e significados arquitetônicos propiciaram a prática do *video mapping* (video-mapeamento). Nesta arte urbana recente, os traços de um edifício são mapeados e considerados na construção de um fluxo de imagens digitais a serem projetadas, configurando um espetáculo ao vivo que mistura a linguagem do vídeo, do design, do cinema, da performance, da música e da arquitetura. A pergunta que fica para alguns é se isto pode ser caracterizado como Cinema. E a pergunta que resta para outros é: “por que não”?





Por que não chamar de cinema uma série de imagens em movimento projetadas pelo coletivo StudioIntro, em plena hora do rush, na fachada de uma rua na Lapa? Por que não incluir entre as possibilidades de experiência cinematográfica uma sequência de imagens que acontece num espaço arquitetônico diferente das salas escuras de cinema?

Nas festas em galpões industriais condenados à demolição, nas fachadas, nos eventos de coletivos artísticos, narrativas outras se oferecem ao relento: recebem admirações, assovios, participações da platéia que por vezes chegam a ecoar as extintas sessões dos cinemas de bairros e de cidadezinhas interioranas.

Isto, quando não lembram dos primórdios da história do Cinema e as projeções nos vaudevilles e café-concertos, com suas fruições distraídas em meio à profusão de atrações. Acompanhando uma apresentação do VJ Spetto em uma festa que aconteceu em 2010 na Vila Leopoldina, em São Paulo, podemos verificar a gama ampla de possibilidades de fruição de um cinema com estas inserções. O público, ora vive a festa e seus estímulos como um todo e nitidamente fruindo de forma distraída a apresentação. Por outros momentos, no entanto, há uma grande interação entre a platéia dançante e as imagens e performances do VJ, relação de experiência estética que filme narrativo algum poderia promover.

As intervenções imagéticas dos VJs, os vídeo-mapeamentos, as animações projetadas por *laser* sobre os viadutos, asfalto, muros, todas essas ações parecem renovar por meio de novas tecnologias as práticas cinematográficas em territórios urbanos.

A artista visual Regina Silveira tem já desde a década de 90 feito incursões neste território da projeção em escala urbana. Seja usando refletores potentes e máscaras que desenham moscas luminosas nos edifícios, discos voadores, super-heróis misteriosos e irônicos, seja dispondo de tecnologias de projeção à laser, a artista desenrola significações e narrativas urbanas que se dão somente pelas justaposições e sobreposições de imagens criadas por ela e as imagens dadas pela cidade.



O cinema como técnica que nasceu mirando suas câmeras para as cenas urbanas, desenvolveu-se como arte e entretenimento das grandes cidades, dominou boa parte das temáticas e questões na cinematografia mundial, construiu para si um circuito de fomento, produção e exibição que por décadas o diferenciou do campo do vídeo e da TV. Mas à medida que as ferramentas técnicas deste cinema vão se tornando pouco a pouco as mesmas das outras linguagens da imagem em movimento, as fronteiras entre esses territórios estéticos vão também se permeando e multiplicando as oportunidades de troca.

Mas será mesmo preciso que uma convergência tecnológica dissolva essas diferenças historicamente construídas? O fato é que essas sobreposições estéticas teriam mais que uma convergência técnica a justificar o seu momento.

AS PRÁTICAS

É sabido que as recentes tecnologias do vídeo digital trouxeram uma gama de recursos de realização audiovisual para patamares de preços bastante acessíveis e permitiram produções com aceitáveis condições técnicas utilizando computadores domésticos. Esse novo cenário tem possibilitado novas formas de apropriação da técnica e da linguagem audiovisual como meio de expressão e participação de grupos sem acesso aos circuitos de produção e circulação artística consolidados. Essa incorporação dos códigos videográficos na forma de ver e interpretar a realidade pelos jovens de setores populares se faz de maneira peculiar, o que nos permite enxergar o vídeo como uma nova prática social onde há um exercício de uma via possível de inserção social, artística, e política.

São inúmeros os grupos de jovens em São Paulo e em todo o país que atualmente organizam suas ações artísticas por meio do vídeo digital. Há uma diversidade de estratégias destes *coletivos* que precisam ser mapeadas: realização de vídeo-projeções, mostras e debates; instalações vídeo-artísticas em espaços públicos; produção de documentários de temáticas políticas/sociais; uma gama variada de intervenções urbanas, oficinas de audiovisual em comunidades específicas e junto a manifestações de movimentos sociais, experiências de mobilização política por meio da câmera e da realização de *vídeos participativos*; organização de acervos videográficos comunitários ou videolocadoras populares. Cada uma dessas ações já seria um bom universo de recomposição dos usos do vídeo a ser explorado e apreendido.



Mas o que há de comum e que se revela como característica nestas práticas é a incorporação do vídeo como *processo*, e não somente como *obra*. Estas ações desdobram as possibilidades da linguagem e dos meios técnicos do campo videográfico, desenvolvendo para estes outras funções sociais, forjando possibilidades do vídeo como instrumento de mediação com a realidade sócio-espacial urbana.

Nesses grupos e em seus modos de apropriação do vídeo, aprender e reproduzir a técnica e a linguagem videográficas têm o objetivo de forjar uma ferramenta necessária para uma espécie de vídeo-ativismo. O vídeo surge entre estes grupos antes como *prática social e urbana* que como linguagem. É esta dimensão de *prática social* que então parece reger todo o empenho posterior de entendimento instrumental de sua dimensão estética e do necessário conhecimento técnico. É a partir dos contornos desta prática social que os artistas vão desenvolvendo o domínio das possibilidades da linguagem videográfica e se apropriando do saber-fazer.

Cabe pensar se isto não representaria uma forma recente de ação estética que encontra na inserção pública e urbana o seu campo de ação, o seu objeto, o seu meio de reprodução e visibilidade.

Porque o que esta prática artística e social procura é se aproximar do espaço urbano como objeto, como tema, como meio, como fim de suas ações. E o vídeo (como prática, como técnica e linguagem) contribui nestes casos

mediando a incorporação da paisagem urbana como elemento de criação, permitindo novas representações da cidade e ampliando o espaço de produção e circulação da arte.

Há aqui uma relação nova com o espaço da cidade que se propõe nestas ações. O espaço urbano é o elemento primordial destas práticas de intervenção e esta matriz sócio-espacial parece imprimir na linguagem videográfica a sua principal inovação.

É no modo, no seu processo que a ação destes grupos sobre o espaço da cidade pode ser compreendida como estética. E é o fato de abrangerem uma concepção crítica específica deste espaço que nos autoriza a interpretar estas práticas de vídeo-ativismo como uma novidade que cria um leque de tensões instigantes para o campo da arte.

O que é prática artística e o que é prática social e política, não é mais possível distinguir nestes casos. O fato é que a arte encontra mais uma forma de pensar a cidade em suas questões sócio-políticas, e o faz de modo que as possibilidades de transformação desta realidade é que determinam a intencionalidade da linguagem e das técnicas.

Assim, embora possamos apontar um contexto tecnológico propício a essas apropriações e usos da técnica e da linguagem videográficas, é na dimensão das ações e estratégias estéticas e sociais que a imagem em movimento se torna um meio de expressão pública e de mobilização.

O texto do manifesto de Vertov parece aqui ainda caber para descrever o entusiasmo deste vídeo-ativismo, onde o olho, embora não seja mais um olho mecânico, ainda apreende a cidade e a mostra de um jeito jamais antes imaginado.

Recebido em: 15/04/2011

Aprovado em: 03/05/2011

**É POSSÍVEL FALAR DE TRIBOS URBANAS HOJE?
A MODA E A CULTURA JUVENIL CONTEMPORÂNEA**

Elisabeth Murilho da Silva*

RESUMO

Desde os anos 1960 a moda vem inspirando suas criações nas expressões da cultura juvenil. Nos últimos 20 ou 30 anos, no entanto, nos habituamos com o termo “tribos urbanas” para designar as variadas manifestações estilísticas e culturais dos grupos de jovens. A cultura juvenil, porém, sofreu grandes transformações nas últimas duas décadas e, nesse sentido, faz-se necessário refletir sobre as possibilidades do uso do termo hoje e, de outra parte, o que ele efetivamente designa.

Palavras-chave: Moda, cultura contemporânea, cultura juvenil, cultura urbana.

* Doutora em Ciências Sociais/Antropologia, Professora de Moda do Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora, pesquisadora de temas ligados a juventude, cultura urbana e moda.

**IS IT POSSIBLE TO TALK ABOUT URBAN TRIBES NOWADAYS?
FASHION AND CONTEMPORARY YOUTH CULTURE**

Elisabeth Murilho da Silva*

ABSTRACT

Since the 1960s, fashion has been drawing inspiration for its creations from the youth culture. In the last 20 or 30 years; however, we have grown accustomed to the term "urban tribes" to designate the several different stylistic and cultural manifestations from groups of young people. The youth culture; however, has undergone major transformations within the last two decades, and this way it is necessary to ask ourselves about the possibilities of the use of the term today and, on the other hand, what it actually designates.

Key words: Fashion, contemporary culture, youth culture, urban culture.

* Doutora em Ciências Sociais/Antropologia, Professora de Moda do Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora, pesquisadora de temas ligados a juventude, cultura urbana e moda.

A partir dos anos 1960 habituamo-nos a ver a moda a partir da rua, isto é, não mais a esperar que apenas os criadores de moda parisienses ditassem o *hit* da próxima estação, pois a figura do estilista, que substituiu o costureiro, se preocupa em olhar o que se passa na rua e em traduzir as expressões dos grupos juvenis para a passarela.

Se antes havia a ditadura do criador, que decidia, a partir de seu gosto pessoal, o que seria moda em determinada estação, a irrupção da cultura juvenil acabou com esse monopólio em termos de gosto indumentário. Ao mesmo tempo, essa passagem também revela maior autonomia do novo consumidor de moda. O modelo de elegância anterior, que foi por décadas (ou talvez mesmo séculos) a mulher ou o homem maduros, foi substituído pelo ideal de beleza adolescente/juvenil, ícone da nova geração e da nova atitude diante da moda e da sociedade. Em vez de conformidade a um código predeterminado, de fora para dentro, vestir-se passou a expressar a identidade, os engajamentos políticos ou culturais.

No entanto, nem todas as expressões juvenis são facilmente traduzíveis em termos de modas, e algumas são propositalmente menos “palatáveis”, procurando preservar uma identidade de grupo que não deseja ver-se absorvido pelas massas. É nesse sentido que, durante os anos 1980, as discussões acerca dos grupos juvenis falavam das tribos urbanas como metáfora que tentava explicar o fato de os vários grupos juvenis se diferenciarem entre si. Como característica, esses grupos se apropriavam de determinados territórios da cidade, exibindo um visual próprio, inventando códigos de comportamento, promovendo uma cena musical inusitada, criando uma identidade a partir do pertencimento ao grupo, lugar de laços e de solidariedades.

As grandes cidades, nesse momento, assistem a uma profusão das tribos, cujos signos de pertencimento se expressam nas roupas, nos cabelos, na música. A maioria dos jovens, no entanto, não se engaja verdadeiramente num grupo, mas expressa suas afinidades com ele quando sua carga simbólica é traduzida em termos de estilo, muito visível através da moda e dos grupos musicais.

Atualmente tornou-se corriqueiro falar-se em tribos urbanas em termos de moda adolescente e juvenil. Mas, no contexto contemporâneo, em que as expressões da cultura juvenil são tão pouco visíveis no espaço público¹, seria possível falar em tribos urbanas? Assistimos a manifestações de pertencimento a grupos que possibilitem falar em um recuo do individualismo, conforme escreveu Maffesoli ao final dos anos 1980²? São essas as questões que esse artigo pretende tratar, retrazando o percurso da cultura adolescente-juvenil e o surgimento dos vários grupos que possibilitaram falar-se em tribos na cena urbana.

A CULTURA ADOLESCENTE-JUVENIL

A juventude surge como um “problema” de sociedade a partir do pós-guerra, quando passa a constituir-se como um segmento etário separado do resto da sociedade e moldar seu futuro à sua maneira. Resultado do *baby-boom*, mas principalmente do crescimento econômico a partir do maior desenvolvimento industrial na Europa e nos Estados Unidos, essa geração começa a se destacar culturalmente da geração precedente. A música e a dança frenéticas ao som do *rock and roll*, o *blue jeans*, a escolaridade prolongada, a identificação com heróis “negativos” como o personagem de Marlon Brando em *O Selvagem (The Wild One, 1953)* ou o de James Dean em *Juventude Transviada (Rebels Without a Cause, 1955)* foram as marcas que a indústria cultural nascente conferiu a essa geração. A cultura adolescente-juvenil, para utilizar a expressão de Edgar Morin (1986), é o resultado das revoltas originadas nesse grupo, até então sem lugar na sociedade, e, ao mesmo tempo, da rápida organização da indústria cultural para transformar algumas dessas revoltas em produtos de consumo destinados a esse público específico.

Outro fator importante para essa configuração é que, conforme ressalta Hobsbawm (1995), grande parte desses adolescentes e jovens passou a contar com

algum dinheiro, fruto de mesada ou de pequenos trabalhos, destinado apenas às despesas pessoais. Pela primeira vez na história da juventude, uma parcela maior da população dessa faixa etária estava liberada para um consumo mais hedonista, sem a preocupação de contribuir para o orçamento doméstico. O estado de bem-estar social que se seguiu à Segunda Guerra Mundial deu origem à condição juvenil, ou seja, à possibilidade de se viver a juventude como um período de preparação para a integração no universo adulto através de estudos, descobertas, prazeres e diversão.

Ao mesmo tempo em que se ampliava a oferta de produtos voltados para o público juvenil, este começava a tomar consciência de seu papel nessa nova engrenagem social, e, após um período de dissipação no imediato pós-guerra, a juventude começa a questionar-se sobre seu futuro na sociedade burguesa industrial. Esse questionamento toma corpo através do aparecimento de grupos de jovens que adotam vestuário e cortes de cabelo singulares, identificam-se com determinadas estrelas da cultura de massas nascente, adotam lugares do bairro ou da cidade para seus encontros e passam a criar regras próprias para o convívio nesses grupos. Além das regras indumentárias já mencionadas, a adoção de gírias ou mesmo de uma linguagem específica caracteriza os grupos que reivindicam uma adesão mais radical de seus membros³.

Essas características básicas estão presentes, em maior ou menor grau, em todos os grupos juvenis constituídos a partir da segunda metade dos anos 1950. E se subtrairmos a música rock, estão presentes também nos grupos juvenis que se formaram nas grandes cidades dos Estados Unidos no início do século XX e que foram objeto de obras como *Street Corner Society* ou *The Gang*⁴. Nesse momento, assim como na Paris do século XIX, os grupos de jovens, principalmente os de origem popular, eram percebidos como fonte de perigo, possibilidade de desordem, algo a ser controlado pela polícia. Nesse sentido, o trabalho de Whyte, que se integrou a um grupo de jovens de origem italiana que vagavam em um bairro de Boston, é especialmente importante por mostrar que, ao contrário do que se pensava observando de fora, esses jovens mantinham uma forte solidariedade interna – obedecendo, inclusive, a uma hierarquia

“informal” estabelecida dentro do grupo –, mantinham fortes laços com relação à família e ao bairro e atribuíam grande importância a valores como honra e lealdade. Como a sociedade, de maneira geral, tende a uma normatização dos comportamentos, os jovens, por vezes, podem aparecer como desorganizadores da ordem e, portanto, são alvo de políticas de controle que podem criminalizar suas condutas⁵.

Mas esses grupos, que foram vistos a partir de um possível comportamento delinquente e, em muitos casos, erroneamente classificados como gangues, diferem essencialmente daqueles que começam a aparecer a partir do final dos anos 1940, como é o caso dos *beatniks*. A questão principal do pertencimento não se dá mais em relação ao bairro, mas a partir do fortalecimento de identificações de ordem mais cultural. Nesse caso específico, a literatura e o ritmo do *jazz*. Menos fiel a um território e mais conectada a um estilo nascente, a *geração beat* esteve presente no panorama de muitas cidades diferentes, dentro e fora dos Estados Unidos. Influenciados pelas obras de Jack Kerouac ou Allen Ginsberg ou pela filosofia existencialista de Sartre, os jovens que se identificaram com esse movimento muito cedo desertaram do modo de vida americano.

O nascimento da indústria cultural, no entanto, instaura uma nova relação entre a sociedade e os grupos juvenis. Se antes eles eram percebidos apenas pelos seus aspectos negativos, como questionadores da ordem ou possíveis delinquentes, a necessidade de constante renovação que está na base da indústria cultural vai fazer com que também esses grupos vejam suas expressões originais traduzidas para um público cada vez maior, porém evidentemente sem nenhum conteúdo revolucionário autêntico. Conforme destaca Morin (1986), se instaura uma relação ambígua entre a juventude e a indústria cultural, que envolve a negação, a apropriação e a inversão dos conteúdos veiculados.

No entanto, a cultura de massas trouxe o fermento necessário para fazer com que esses grupos passassem a ser conhecidos em escala planetária, fazendo também com que aquilo que pudesse parecer pitoresco em determinado local fosse imitado num cenário muito distante e, portanto, criou um vínculo de geração para além de fronteiras

nacionais ou culturais tradicionais. A cultura da juventude se compõe de determinadas paisagens urbanas, industriais, estudantis, mas, sobretudo, de um desejo difuso de liberdade, de expansão do eu, de diversão, de recusa de antigas responsabilidades.

Quanto mais as gerações se distanciam da experiência da guerra e a possibilidade do consumo de massa proporcionado pela industrialização se torna cotidiana, maior é o desejo dos jovens por transformações nas relações familiares e sociais. É como se a diversidade de produtos para o consumo e as novas possibilidades de lazer os afastassem das noções de sacrifício pessoal e obediência, tão características das famílias da geração de seus pais. De acordo com Abramo (1994),

[...] nesse contexto, formou-se uma geração de jovens menos disposta a adaptar-se à servidão da civilização industrial tecnocrática e burocrática, uma vez que os novos hábitos de consumo e liberdade favorecem uma atitude de crítica à disciplina produtiva (ABRAMO, 1994, p.39).

O acesso aos estudos universitários tornou-se possível a um número maior de jovens que, ao concluir o segundo grau, via-se diante do dilema da possibilidade de ascensão social, ou, de outra parte, do questionamento dos papéis já escritos e aos quais estava destinado naquele modelo de sociedade.

E é nesse contexto que as revoltas estudantis de maio de 1968 explodem, na França, no Brasil ou em outras cidades do mundo, canalizando diferentes desejos⁶. Aos anseios de maior liberdade política soma-se a revolta contra toda a forma de autoridade, desde aquela exercida pelos pais até a do Estado, passando pela do professor, do policial, ou de qualquer adulto com mais de 30 anos. Essa luta, que inicialmente questiona as instituições escolares, também capta outros conteúdos potencialmente revolucionários. Rapidamente as revoltas estudantis contribuíram para um questionamento da maneira de viver na sociedade como um todo, principalmente com relação aos papéis futuros reservados aos jovens naquele modelo de sociedade.

De todo esse processo resultou uma ampla revolução do indivíduo, conforme ressalta Groppo (2000), principalmente no que se refere à cultura, uma vez que as

transformações decorrentes da industrialização e do avanço econômico já possibilitavam o fim de certas amarras morais ainda em voga⁷. Trata-se da emergência de uma contracultura, no sentido da produção de novos discursos acerca do comportamento e dos valores em voga, segundo descreve Feixa:

Na realidade, a emergência das contraculturas refletia uma ruptura na hegemonia cultural, uma crise na 'ética puritana' que havia caracterizado a cultura burguesa desde suas origens: já não se desejava trabalho, poupança, sobriedade, gratificações posteriores, repressão sexual, etc., senão ócio, consumo, estilo, satisfações imediatas, e permissividade sexual (FEIXA, 2006, p.96).

Se 1968 não libertou o operário do trabalho alienado, ao menos contribuiu para um relaxamento do comportamento geral em sociedade, fruto dos questionamentos juvenis acerca dos valores há muito tempo correntes nas sociedades ocidentais.

Até mesmo a moda sofreu as consequências dessa revolução, tendo que lidar com os desejos de maior expressão do indivíduo. Os modelos de elegância definidos pelos costureiros, conforme já ressaltado, que enfatizavam a tradição parisiense no domínio do código de vestir, tornaram-se, de um momento para o outro, obsoletos. Não por acaso, a capital da moda se transfere para Londres, onde o *prêt-à-porter* comanda a revolução juvenil a partir das lojas da Carnaby Street, como Lord John e Lady Jane⁸. A moda londrina exaltava a juventude, que vinha semanalmente despender sua mesada em roupas e diversão nessa rua (nesse momento concorrente do Palácio de Buckingham como atração turística mais visitada), que propunha modelos mais descontraídos, abolindo alguns adereços tradicionais que compunham o traje completo, como os chapéus, e baseando-se mais em peças intercambiáveis e confortáveis. Além da descontração, essas roupas também rompiam com a ideia anterior de durabilidade, tornando-se mais baratas, o que contribuía para as mudanças mais rápidas na moda, agora acessível a uma parcela maior da população.

A moda parisiense, que resistiu a aderir ao *prêt-à-porter*, foi salva graças a três grandes criadores: Pierre Cardin, André Courrèges e Yves Saint-Laurent, que souberam captar a revolução das ruas e levá-la às passarelas. Saint-Laurent, inclusive, já havia lançado em 1960 a coleção "Beat" Rive Gauche, quando ainda trabalhava para a Dior, adaptando as roupas dos motoqueiros e *beats*. No entanto, como se dirigia a uma clientela de alta-costura, não fez grande sucesso⁹. Apenas o *prêt-à-porter* seria capaz de garantir a tradição de Paris em termos de criação de moda, pois era necessário tornar-se acessível a uma parcela maior da população consumidora, o que ocorreu, com certo atraso, ao longo da década.

Com efeito, é apenas a partir da intervenção de um costureiro que determinados estilos juvenis surgem como moda.

[...] Não que a criação indumentária não possa nascer da rua, mas porque, evidentemente, o que nasce na rua, fruto de uma revolta individual ou, mais frequentemente, criação que marca a identidade de grupos múltiplos reclamando de diferentes formas de contracultura ou de subcultura, nunca pode ser, por definição, modelo em estado natural. É preciso a mediação do costureiro para que as roupas que caracterizam esses grupos e nos quais se inspira possam se tornar modelos, expostos à imitação das massas. Essa mediação deve se efetuar por uma tripla operação de transposição, de adaptação e de depuração, e levar em conta tanto os hábitos e obrigações quanto a vontade de ruptura (MONNEYRON, 2007, p. 100).

Durante os anos 1970, como resultado direto das revoltas de 1968, a cultura *hippie* tomou conta da paisagem de várias cidades em todo o mundo. Adotando um visual mais natural, com os cabelos longos para homens e mulheres, as roupas de algodão, as estampas florais, os estilos vestimentares da Índia ou do Marrocos, essa moda celebrava a volta à natureza e aos valores comunitários, as crenças filosóficas orientais, o sexo e as drogas como experiências em busca do prazer. Embora tenhamos nos habituado a falar do movimento *hippie* como o retrato da geração dos anos 1970, é bom ressaltar que esse foi um acontecimento marcante para as pessoas que eram jovens nesse período, mas ao qual nem todos aderiram. Ou, de outra parte, nem todos aderiram por completo, pois, ao tornar-se moda, as roupas *hippies* passaram a não identificar mais

seu usuário como um partidário dos mesmos ideais. A partir daí essa experiência é vivida mais culturalmente do que como um engajamento completo num movimento contracultural, pois muitos jovens identificavam-se apenas com a música ou com as roupas, mas negavam a emancipação da mulher e o amor livre, ou, ainda, aderiam às experiências com drogas, mas não desejavam abolir a propriedade privada ou a autoridade familiar, por exemplo. Isso quer dizer que, como resultado de certa expansão do eu, a cultura *hippie* também foi vivida de maneira *self-service*, sendo possível aos indivíduos adquirir alguns ideais e recusar o pacote completo¹⁰.

O mesmo se sucederá mais tarde, no final da década de 1970, com os *punks*. Frutos do fim do estado de bem-estar social, da crise do petróleo e, no caso inglês, do enfraquecimento da cultura operária em meio ao contexto de fragmentação do trabalho nas indústrias, os *punks* se colocam como o lixo da sociedade industrial¹¹. Nessa sociedade urbana, que vive o fim dos 30 gloriosos anos de progresso econômico, adolescentes e jovens de origem operária denunciam a miséria a que estão condenados, a partir da adoção de um visual agressivo e chocante: calças jeans rasgadas, jaquetas de couro pretas, surradas e perfuradas por tachinhas e rebites, coturnos militares pretos e, como adereços, alfinetes, pregos, correntes e cadeados. Os cabelos são o ponto mais marcante desse visual, com cortes que imitam os índios moicanos, eriçados com sabão, coloridos por tons incomuns, como verde, azul ou vermelho – atitude, aliás, menos comum nos *punks* brasileiros, entre os quais predominavam cabelos tingidos de preto. Combinados aos pregos, alfinetes e rebites, os cabelos completavam um visual áspero, pontiagudo, anguloso e agressivo. Tudo isso embalado ao som de bandas como *Sex Pistols*, *Ramones*, *The Clash*. O estilo musical que embalava esses jovens era marcadamente diferente de tudo o que lhes precedeu.

Conforme ressalta Abramo (1994), muitos adolescentes e jovens que aderiram ao *punk* procuravam algo novo em termos de música, pois o rock, nesse momento, já não comunicava os ideais de rebeldia e revolta capazes de mobilizar essa geração. Ao mesmo tempo, ainda segundo a autora, as bandas *punks* surgidas em solo brasileiro não são, de

maneira alguma, a cópia de um estilo cultural de importação, como ocorreu em outros momentos. Ao contrário, elas surgem como uma manifestação autêntica dos grupos juvenis suburbanos, desejando expor sua realidade, mostrar-se espetacularmente no espaço público. Nesse sentido, a cena musical foi bastante agitada no início dos anos 1980, com grupos como *Inocentes*, *Garotos Podres*, *Ratos do Porão*, *Cólera*, entre outros, contribuindo também para uma visibilidade dessa expressão para além do grupo de aderentes. Evidentemente, a indústria cultural não poderia se furtar a uma recuperação de elementos relacionados ao *punk* a fim de ampliar o cardápio de produtos oferecidos ao grande público.

É bastante curioso, portanto, que a visualidade propositalmente agressiva justamente para que não pudesse ser copiada, para que não se tornasse moda, acabou sendo o item mais copiado e que mais influenciou a moda dos anos 1980. Paralelamente ao colorido esfuziante das roupas inspiradas nos esportes e na euforia pelas academias de ginástica, uma gama de roupas escuras, agressivas, propositalmente rasgadas e enfeitadas com metais, taxas ou rebites começou a disputar espaço nas lojas. Com o tempo até mesmo as lojas de departamento passaram a oferecer roupas de inspiração *punk* – que inicialmente só eram encontradas nas pequenas boutiques dedicadas aos jovens descolados –, compondo o que os autênticos seguidores do movimento denominavam pejorativamente de “*punk* de boutique”.

Nesse sentido, os grupos formados a partir do estilo, conforme definido pelos pesquisadores de Birmingham¹², articulam novas significações e configurações para objetos de seu cotidiano, comunicando uma identidade que se coloca de maneira diferenciada do modelo vigente, constituindo-se nos interstícios da cultura dominante, da mídia, da moda e da indústria cultural. O que desejam, justamente, é não serem apropriados pela moda, que não tem qualquer compromisso com a criação desses signos dentro de um grupo social.

De outra parte, se a moda significa, num contexto urbano, a possibilidade de mostrar-se diferente, parecer aquilo que se deseja e camuflar aquilo que se é, a atitude *punk* pretende justamente o contrário, agindo de modo a denunciar a origem social excluída e reivindicar, no entanto, uma inclusão num grupo de estilo. Como os adolescentes e jovens de origem popular estavam excluídos da plena vivência da condição juvenil por não poder aderir a determinadas modas, frequentar determinados espaços e usufruir determinados lazeres, a participação nos grupos *punks* acaba por ampliar as possibilidades de vivência da condição juvenil para além daquilo que a indústria cultural poderia oferecer. Conforme ressalta Carles Feixa,

[...] não há 'solução subcultural' para as problemáticas de classe (como o desemprego, o subemprego ou a desigualdade na educação). Mas na vida cotidiana as subculturas cumprem funções positivas que não estão resolvidas por outras instituições, ganhando espaços de autonomia e autoestima para os jovens (FEIXA, 2006, p.87-88).

No entanto, à medida que a moda e a indústria cultural avançavam, devorando os signos culturais do *punk*, o movimento em si recuava, transformando-se em outras expressões, como os *rockabillys*, *carecas do subúrbio*, *anarcopunks*, entre outros. Ou, simplesmente como ocorre com os indivíduos que compõem esses grupos, a transição para a vida adulta se completa e eles arrumam trabalho, casam-se, têm filhos, enfim, passam a engajar-se mais em projetos individuais e familiares. Embora mantenham certa afinidade com os elementos culturais de determinadas expressões, como *hippies*, *punks*, *darks*, por exemplo, tudo isso tende a restringir-se ao nível do gosto, do lazer e dos hábitos de consumo, pois, de maneira geral, o engajamento de adolescentes e jovens aos grupos de estilo é uma atividade que envolve indivíduos entre 14 e 25 anos¹³. Além disso, ressalta-se que apenas uma parcela muito pequena dos jovens de determinada geração integra-se a um grupo para expressar uma afiliação cultural, enquanto a maioria manifesta suas preferências a partir das possibilidades oferecidas pela indústria cultural e de massas.

QUANDO SE FALAVA DE TRIBOS URBANAS

Os grupos juvenis sempre causaram estranheza nas sociedades em que se manifestam, conforme já ressaltado. A configuração que a cultura *punk* assumiu nas cidades brasileiras também pode ser interpretada como um movimento de gangues, segundo Abramo (1994), visto que os grupos se formavam a partir dos bairros da periferia, com os quais mantinham forte solidariedade e laços de pertencimento. As brigas pelas quais ficaram conhecidos na imprensa estão associadas a esse pertencimento identitário, além das questões de autenticidade e compromisso, muito exigidas dos grupos musicais. Nesse sentido, a solidariedade grupal se estabelecia a partir de certa visão de mundo partilhada pelos componentes, que envolvia o gosto musical, o visual, as experiências de ser jovem pobre e morador da periferia. Isso poderia aproximar indivíduos geograficamente distantes e afastar aqueles mais próximos. Assim, pareceu conforme denominar os inúmeros grupos surgidos a partir de então de tribos urbanas. Em primeiro lugar porque isso ressaltava um aspecto grupal distinto, em que os vínculos e a solidariedade eram reconhecíveis pelos signos externos, depois pela analogia ao uso antropológico do termo, aplicado aos “selvagens” num sentido de contestadores da ordem.

Magnani (1992), no entanto, no momento em que o uso se tornava corrente nas ciências sociais, resalta a importância de investigar melhor do que se fala ao falar-se de tribos urbanas. Ao colocar a questão de um uso indiscriminado do termo, lembra que, em seu uso original,

[...] tribo constitui uma forma de organização mais ampla que vai além das divisões de clã ou linhagem de um lado e da aldeia, de outro. Trata-se de um pacto que aciona lealdades para além dos particularismos de grupos domésticos e locais.

E o que é que vem à mente quando se fala em ‘tribos urbanas’? Exatamente o contrário dessa acepção: pensa-se logo em pequenos grupos bem delimitados, com regras e costumes particulares em contraste com o caráter homogêneo e massificado

que comumente se atribui ao estilo de vida das grandes cidades. [...] no contexto das sociedades indígenas 'tribo' aponta para alianças mais amplas; nas sociedades urbano-industriais evoca particularismos, estabelece pequenos recortes, exhibe símbolos e marcas de uso e significado restritos (MAGNANI, 1992).

Para Magnani (1992), esse termo não é em si explicativo, uma vez que não pode ser utilizado como categoria, e como metáfora diz o contrário de seu sentido original. Seria necessário, portanto, explicações quanto à apropriação pretendida. É o que faz Machado Pais (2004), quando ressalta o aspecto de sociabilidade envolvido na noção de tribo:

De facto (sic), da mesma forma que as antigas tribos se identificavam com determinados 'meios-ambientes' (sic), também as novas tribos urbanas se identificam com asfalto, bairros, ruas, lugares de agrupamento de sociabilidades. O que a metáfora da *tribo* sugere é a emergência de novas formações sociais que decorrem de algum tipo de reagrupamento entre quem, não obstante as suas diferenças, procura uma proximidade com outros que, de alguma forma, lhe são semelhantes de acordo com o princípio 'qui se ressemble s'assemble' (V. Fournier). É, pois, em formas de sociabilidade que devemos pensar quando falamos de tribos urbanas, sociabilidades que se orientam por normas auto-referenciais (sic) de natureza estética e ética e que assentam na produção de vínculos identitários (PAIS, 2004, p.18).

Assim, seria possível manter a aplicação do termo tribo, ressaltando-se as questões que ampliam as identificações para além dos particularismos ligados às variações na apropriação de signos, territórios e pertencimentos. Tudo isso nos permitiria ver nas ditas "tribos urbanas" uma constante em termos de manifestações culturais da juventude, o que, no entanto, pode dar uma impressão de continuidade e movimento num cenário bastante diverso e, possivelmente, mais integrado socialmente do que aquele de há vinte anos. Como ressalta Magnani, se "tribos urbanas" acaba por nominar fenômenos tão diversos, não seria melhor falar então da diversidade?

Os estudiosos do Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), formado nos anos 1970 na Universidade de Birmingham, promoveram uma série de estudos que procuravam reinterpretar as características e o significado dos grupos juvenis em termos de manifestações culturais. De acordo com Hall e Jefferson (1976) esses grupos podem ser interpretados como *subculturas*, uma vez que têm como base a cultura da classe

operária na qual se originam. De maneira mais geral, eles se colocam a partir da cultura de classe, uma vez que são afetados pelos mesmos problemas que seus pais, mas a isso se somam outras questões que lhes são específicas, como a questão etária, por exemplo.

O termo *subcultura*, no entanto, não pode ser apropriado para o cenário brasileiro sem ressalvas, dado que a cultura de classe e, em específico, de classe operária nunca ocupou o mesmo lugar na sociedade brasileira que ocupou na sociedade inglesa, nem mesmo no caso do ABC paulista, cuja configuração industrial mais se aproxima do contexto europeu e de onde são oriundos os primeiros *punks* e os *Carecas do Subúrbio*. Seria possível falar, nesse caso, de uma subcultura que tivesse por substrato a cultura juvenil internacional, e é nesse sentido que as manifestações do *punk* no Brasil poderiam ser interpretadas, segundo ressalta Abramo (1994).

SE EXISTEM TRIBOS HOJE, ELAS NÃO PODEM ESTAR NAS LOJAS DE DEPARTAMENTOS

Até aqui falamos de grupos juvenis muito ativos há, no mínimo, vinte anos. O que estaria acontecendo no cenário da cultura juvenil que merecesse ser chamado de tribo urbana? Temos visto tantas manifestações efêmeras e descompromissadas aparecerem com esse nome, principalmente ligadas à moda, até mesmo na publicidade de lojas de departamento, que seria adequado questionar se é possível expressar alguma contestação e revolta e aderir ao consumo massificado ao mesmo tempo. Conforme já comentado, a indústria tende a uma recuperação dos símbolos juvenis já neutralizados para alimentar-se, oxigenar-se. A moda contemporânea, que tem necessidade de mostrar-se individualizada e original, promove a confusão ao eleger como foco da moda juvenil um suposto estilo da rua.

Não se pretende aqui uma simples negação do termo, mas, ao contrário, uma tentativa de reflexão sobre seu uso e o que ele significa no contexto atual, pois uma

característica essencial dos grupos juvenis aqui citados era o pertencimento total a eles. Ou seja, nenhum indivíduo era *punk* apenas à noite e, quando amanhecia, se vestia de bancário ou de estudante e vivia outro papel em seu cotidiano. Apesar dos problemas que isso efetivamente acarretava, esses indivíduos viviam seu engajamento integralmente. A partir do final dos anos 1980 há uma dificuldade em se identificar grupos que se expressem visivelmente no espaço público e, de outra parte, vivam integralmente seu pertencimento, conforme já comentado. O que prolifera são as opções identitárias restritas aos momentos do lazer (MAGNANI, 2007), o que é bastante conforme com a ideia de que o individualismo não está em refluxo.

Num momento em que transformações sem precedentes ocorrem no universo da cultura e da comunicação na sociedade, de maneira mais geral, e no contexto juvenil, em particular, seria importante tentar perceber como essas tribos, se existem, se manifestam hoje e o que exatamente as caracteriza como tal. Se nos anos 1980 os jovens se reuniam para ouvir discos de vinil juntos e essa escuta social proporcionava um tipo de sociabilidade, que transformações ocorreram na sociabilidade a partir da escuta superindividualizada de música proporcionada pelos atuais aparelhos? Quando um editorial de moda fala de tribos para designar jovens que se vestem da mesma maneira, está se referindo a indivíduos que partilham um gosto indumentário a partir das opções que se encontram no mercado de moda ou de pessoas que mantêm redes de solidariedade a partir de outros signos de pertencimento? Todas essas questões não terão resposta aqui, mas tem a intenção de provocar um debate acerca da cultura juvenil contemporânea e do uso de termos que, pelas razões aqui expressas, não são explicativos do panorama atual. A juventude nem sempre foi um grupo valorizado, nem sempre se manifestou socialmente, e a ideia de tribos urbanas nem sempre existiu. Por essa razão isso também não deve ser reproduzido automaticamente, pois procurar sempre o correspondente da geração passada nos impede de ver o que se passa com essa geração específica.

¹ Essa afirmação não desconhece as manifestações de grupos juvenis que se reúnem em determinados territórios da cidade a partir de afinidades culturais ou de lazer, conforme demonstrou o trabalho de José Guilherme Magnani (2006) ou o levantamento realizado em conjunto com Maria Celeste Mira (2008). Ocorre que tais pertencimentos não têm mais a pretensão de ocupar o espaço público de maneira tão espetacular como ocorreu com os *punks* ao final da década de 1970 ou início de 1980, por exemplo. Outra característica que poderia definir esses grupos como tribos é o pertencimento total ao grupo, mesmo em detrimento de outras esferas da vida do indivíduo, o que não ocorre hoje, conforme ressalta Magnani em “Tribos urbanas: metáfora ou categoria?”, in *Cadernos de Campo*, FFLCH/USP, São Paulo, ano 2º, nº 2, 1992.

² MAFFESOLI, M. *O tempo das tribos*. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1989.

³ Tal foi o caso do *verlan* (de l’anvers em francês, o inverso), tipo de gíria adotada, inicialmente pelos jovens pertencentes a grupos subculturais da periferia francesa, como os *blousons noirs* ou os *punks*, e depois por outros grupos juvenis. Atualmente é bastante conhecido entre todos os jovens, inclusive no meio estudantil parisiense e consiste na inversão de certas sílabas de uma palavra para que ela se torne incompreensível para aqueles que não dominam essa linguagem. Por exemplo, *laisse tomber* = *laisse béton* (deixa pra lá). Um trabalho pioneiro sobre essa questão foi realizado por Jean Monod, *Les Barjots – Etnologia de bandas juvenis*. Barcelona, Ariel, 2002. Cito aqui a tradução espanhola por estar acompanhada de um importante prólogo de Carles Feixa e Oriol Romani, além do original francês achar-se esgotado há muitos anos.

⁴ O primeiro se encontra traduzido em português: WHYTE, W. F. *Sociedade de esquina*. Rio de Janeiro, Zahar Editor, 2004, e trata da dinâmica de um grupo de jovens de origem italiana que viviam em bairro de Boston. Apresentado como tese de doutorado em 1927 na Escola de Chicago, constitui-se no primeiro trabalho de observação participante em meio urbano realizado em sociologia. Já *The Gang. A Study of 1313 gangs in Chicago*. Chicago, University of Chicago Press, 1926 é um estudo de Frederik Thrasher, que realiza, também nessas primeiras décadas do século XX, um levantamento, ou quase um mapeamento, quanto ao número e diversidade das gangues vivendo naquela cidade.

⁵ Sobre a questão da criminalização das condutas juvenis, ver BECKER, Howard S. *Outsiders*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2009.

⁶ Sobre as várias revoluções juvenis que eclodiram em 1968 ver GROPPPO, Luís A. *Uma onda mundial de revoltas. Movimentos estudantis nos anos 1960*. Tese de Doutorado em Ciências Sociais, Campinas, Unicamp, 2000.

⁷ Ver FEIXA, Carles. *De jóvenes, bandas y tribus*. Barcelona, Ariel, 2006, pp. 53.

⁸ Para mais detalhes a esse respeito, como a importância de Mary Quant ou da loja Biba, ver MENDES, Valerie e DE LA HAYE, Amy. *A moda do século XX*. São Paulo, Martins Fontes, 2009, pp. 168-190.

⁹ Idem, op. Cit.

¹⁰ Ver SILVA, Elisabeth M. *Violência dileitante – um estudo sobre as brigas juvenis no contexto do lazer*. Tese de Doutorado em Ciências Sociais – Antropologia, São Paulo, Pontifícia Universidade Católica, 2003.

¹¹ Ver BIVAR, Antonio. *O que é punk*. São Paulo, Brasiliense, 1982.

¹² Pesquisadores que, a partir da década de 1970, dedicaram-se ao estudo das manifestações juvenis no Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) da Universidade de Birmingham, que será tratado em detalhes mais adiante.

¹³ Em meus trabalhos sobre as torcidas organizadas de futebol e sobre o lazer da juventude de classe média, pude comprovar que essa é a média de idade dos participantes de grupos juvenis de qualquer tipo, caracterizando-se como uma atividade de jovens em transição para a vida adulta. Ver SILVA, E. M. *As torcidas organizadas de futebol: violência e espetáculo nos estádios*. Dissertação de Mestrado, Programa de Estudos Pós-graduados em Ciências Sociais da PUC/SP, 1996.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, H. *Cenas juvenis – punks e darks no espetáculo urbano*. São Paulo, Scritta, 1994.

FEIXA, C. *De jóvenes, bandas y tribus*. Barcelona, Ariel, 2006.

GROPPPO, L. A. *Uma onda mundial de revoltas. Movimentos estudantis nos anos 1960*. Tese de Doutorado, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da UNICAMP, 2000.

HALL, S. & JEFFERSON, T. *Resistance through rituals; youth subcultures in post-war Britain*. London, Huchtinson and Co, CCCS, University of Birmingham, 1976.

HOBBSBAWM, E. *Era dos extremos – O breve século XX 1914-1991*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995.

MAFFESOLI, M. *O tempo das tribos*. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1989.

MAGNANI, J. G. C. e SOUZA, B. M. de (orgs). *Jovens na metrópole – etnografias de circuitos de lazer, encontro e sociabilidade*. São Paulo, Ed. Terceiro Nome, 2007.

MAGNANI, J. G. C. "Tribos urbanas: metáfora ou categoria?", in *Cadernos de Campo*, FFLCH/USP, São Paulo, ano 2º, nº 2. Disponível em <http://www.n-a-u.org/Magnani.html>.

MONNEYRON, F. *A moda e seus desafios*. São Paulo, Senac, 2007.

MORIN, E. *Cultura de Massas no século XX – o espírito do tempo*. Vol. 2. Rio de Janeiro, Forense, 1986.

PAIS, J. M. e BLASS, L. M. da Silva (orgs). *Tribos urbanas: produção artística e identidades*. São Paulo, Annablume/CAPES, 2004.

Recebido em: 27/10/2010

Aprovado em: 11/03/2011

SOMOS TODOS CONVIDADOS?

Análise cultural do processo de inserção no círculo da moda em *O diabo veste Prada*¹

Morgana Hamester*

Ana Luiza Coiro Moraes**

“A moda é nossa lei porque toda a nossa cultura sacraliza no ‘novo’ a dignidade do presente.” LIPOVETSKY

RESUMO

O artigo se insere no debate sobre a moda no contexto da mídia, atentando a partir de três relações pertinentes: sociais, de consumo e como processo cultural. Para tanto, analisa, a partir de cenas do filme “O Diabo veste Prada” (2006), condutas que se retroalimentam e podem justificar, à luz do pensamento de Gilles Lipovetsky, porque o senso de insatisfação, e conseqüente consumo em moda, nos conduz à busca incessante por pertencimento. Trata-se de pertencer ao “círculo” que representa a caracterização da sociedade de consumo, por diferentes vieses, mais ou menos situados entre a moral hedonista, materialista, fetichista e narcisista, pontuados na constante necessidade de sedução e diversificação.

Palavras-Chaves: Moda, Mídia, Sociedade, Cultura.

* Bacharel em Jornalismo, especializanda em Comunicação e Projetos de Mídia, UNIFRA.

** Professora da UNIFRA, doutora em Comunicação Social pela PUC-RS.

SOMOS TODOS CONVIDADOS?

Análise cultural do processo de inserção no círculo da moda em *O diabo veste Prada*¹

Morgana Hamester*

Ana Luiza Coiro Moraes**

ABSTRACT

The article joins the debate about the fashion in the context of the media paying attention to three relationships: social, consumer and as cultural process. It analyzes, from scenes of the movie "The Devil wears Prada" (2006), ducts that feed themselves and can justify in the light of the thought of Gilles Lipovetsky because the sense of dissatisfaction leads to incessant search for belonging. It belongs to the "circle" representing the characterization of the consumer society, for different biases, more or less located between moral hedonistic, materialistic, narcissistic and fetishistic, punctuated in constant need of seduction and diversification.

Keywords: Fashion, Media, Society, Culture.

* Bacharel em Jornalismo, especializanda em Comunicação e Projetos de Mídia, UNIFRA.

** Professora da UNIFRA, doutora em Comunicação Social pela PUC-RS.

1. INTRODUÇÃO

Os estudos sobre moda e cultura, sob múltiplos aspectos, têm ocupado um lugar privilegiado para a observação crítica da sociedade contemporânea. O que todos nós vestimos representa, sob outra ótica, um modo de representação que inclui "as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio das quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeitos" (WOORDWARD, 2000, p. 17). Esta posição, relacionada intimamente ao poder e/ou *status* social, justifica a construção das relações de consumo, e impõe à própria sociedade uma marca cultural, de inclusão ou exclusão.

Assim, o significado de "estar na moda" sugere muito mais do que simplesmente o vestuário ou a indumentária em si, remete às relações de poder que vêm com o acesso que nos é permitido através do que nossa vestimenta representa para os demais. Somos, diariamente, rodeados por imagens e representações estereotipadas, que infundem desejos em nossos sentidos, processo esse que compreende uma série de categorias e estratégias da moda, fundadas em quesitos de sofisticação, exclusividade, massificação, sedução, etc. No entanto, estes "totens", dentre outros fatores, fazem parte do processo de constituição das nossas identidades.

Laclau afirma que "a constituição de uma identidade social é um ato de poder", e Stuart Hall complementa: "as unidades que as identidades proclamam, são, na verdade, construídas no interior do jogo do poder e da exclusão" (LACLAU *apud* HALL, 2000, p. 110-111). Neste processo, o papel da mídia se revela como propagadora de um consumo que "promete" poder e pertencimento social, engendrado ideologicamente nas relações, dissemina-se como produto final que chega às massas, que incentiva o poder de compra, enfim, torna-se condição importante da dinâmica de inclusão social.

No filme *O Diabo Veste Prada* é possível observar que este jogo entre poder e identidade reflete na grande discussão sobre a adaptação do ser humano ao meio, sobre as concessões que todos fazemos para encarar a vida real e o quanto isso pode afetar a própria dignidade humana. O filme foi escolhido porque, dentre outras reflexões, provoca os indivíduos a verem a moda como elo de pertencimento, essencialmente como forma de laço social. Neste contexto, a questão da supervalorização do consumo é uma

constante, aliada às estratégias de sedução, desejo, pertencimento, desenvolvendo assim, certo fascínio subjetivo, ligado às “coisas” da moda, aos trajes de grife, que se traduzem em mensagens as quais vão muito além de simples modos de indumentária, inseridas neste complexo jogo de imaginação e significação. Baudrillard (1981) evidencia as noções de consumo e de abundância a partir da relação entre o mundo, os objetos e a sua obsolescência. Tais noções produzem um senso estético que já está incorporado à vida cotidiana e, portanto, ligado à própria cultura e identidade dos indivíduos em sociedade.

Este cenário estabelece o ponto de partida, neste artigo, para analisar o diálogo invisível e real entre moda e mídia, sob o aspecto das relações sociais e de consumo. Trata-se de investigar como esse processo se instala culturalmente e faz do poder de compra uma condição de inserção que, mais do que nunca, é parte do cotidiano do indivíduo urbano, vivendo a euforia das revistas de moda, passarelas e celebridades, da mesma forma que vive os acontecimentos políticos, econômicos, religiosos e sociais, em uma sociedade que Lipovetsky (2004) já vem chamando de hipermoderna.

2. MODA E MÍDIA: RELAÇÕES SOCIAIS

Conceitualmente, a moda seria “um sistema que acompanha o vestuário e o tempo, que integra o simples uso da roupa no dia-a-dia a um contexto maior, político, social, sociológico” (PALOMINO, 2003, p. 14). Para Roland Barthes (2005), “a moda consiste em imitar o que de início se mostrou inimitável”. Isso porque, inicialmente a roupa existe para dar visibilidade ao sujeito, mas acaba por informar sua situação social (homem ou mulher, rico ou pobre, jovem ou velho, etc.). Deste modo, o vestuário assume sua função social, de vestir-se e revestir-se de significações e representações. Esse mecanismo implica posições diferenciadas na sociedade e, assim, passa a despertar interesse no meio acadêmico, preocupado com os excessos da pós-modernidade, em seus peculiares desdobramentos. O que garante à moda um sentido de “campo”, em sua singularidade, por meio de marcas discursivas específicas.

Atualmente, muitos aspectos das relações em sociedade organizam-se em torno da "indústria da moda", que promove vivências e novas sociabilidades, do ponto-de-vista econômico, social, e cultural, por meio da realização de vontades, da satisfação de necessidades ou do simples reconhecimento por parte de um determinado grupo social. Esta figuração da moda em nosso cotidiano garante-lhe um espaço privilegiado, com visível repercussão, que é assegurada pela ação da mídia, especialmente no papel do *marketing*, por meio de um "jogo de usos", onde se estrutura a interdependência entre moda e mídia. É no intenso trabalho de produção, divulgação e socialização da moda que se provoca a ansiedade pelo novo, dentro de uma lógica de inconstância, consagrando-a como "filha dileta do capitalismo" (SANTAELLA, 2004, p.115).

Sendo assim, o "uso" em moda consiste em uma questão importante, com bases no benefício da produção: "enquanto os produtos de consumo corrente correspondem a benefícios do tipo fundamental, as marcas de luxo remetem a benefícios ditos 'experenciais', isto é, que implicam, para o cliente, uma busca de experiências e emoções fortes excepcionais" (LIPOVETSKY, 2008, p. 136). Através do impacto emocional da condição imagética da moda, via mídia, orientam-se um conjunto de associações referentes à recepção do consumidor exposto a ela. O marketing assume, portanto, uma função de maestria neste contexto, ao conduzir o consumidor, por meio da manipulação muito bem elaborada e fundada em estratégias sedutoras, a uma tônica de sentimentos e emoções que justificam as escolhas de entrega ao consumo, legitimados na ambiência em que este consumidor está inserido. Este aspecto é bastante evidente no filme "O Diabo veste Prada", quando a protagonista Andy, que se veste inicialmente de um modo bastante funcional e básico, descobre que, para demonstrar uma imagem de eficiência e competência em seu trabalho, é preciso aprimorar o seu vestuário; ela passa, então, a importar-se com cores, tecidos, detalhes e adornos, em outras palavras, a moda se torna, também para ela, uma "experiência".

Neste contexto, para além da transformação da moda no cotidiano urbano, observa-se sua ação feroz, cultuada através da mídia, que diz respeito às decisões e

posturas dos indivíduos em suas relações sociais. Torna-se, portanto, evidente a apropriação do conceito de identidade social pela moda.

A identidade é o caráter do que é uno, do que permanece idêntico em si próprio; é o fato de uma pessoa, de ser tal indivíduo e de poder ser assim reconhecido, sem nenhuma confusão, graças a elementos que o singularizam. Transposto para a moda, entende-se que a identidade da qual ela trata, compreende uma primeira dimensão de "mesmidade", que supõe unicidade, a permanência, a continuidade, que, como se vê, não se define senão pela diferença (LIPOVETSKY, 2008, p. 140)

Esta concepção de uma identidade condicionada pela moda e, por isso, móvel e instável de acordo com as necessidades de cada indivíduo, faz parte de um "processo de produz o sujeito pós-moderno, conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente" (HALL, 2006, p.12). Neste viés, a condicionante de inserção social pode justificar as adaptações sociais dos indivíduos, seja para manterem um emprego (como é o caso do filme), seja para invocar seu pertencimento a grupos, tribos, clubes ou quaisquer outros contextos sociais.

Outro caráter derivado da relação entre moda e mídia refere-se ao critério da diferenciação social. Entende-se que a característica de padronização que o sistema da moda gera abafa o multiculturalismo e distorce as identidades e diferenças culturais. Em geral, considera-se a diferença como um produto da identidade e mesmo assim, ambas se estabelecem em uma relação mútua de dependência, sendo inseparáveis (SILVA, 2000, p.74). Mas diferença é, na verdade, um processo de diferenciação social e cultural, resultado de um processo de produção simbólica e discursiva nas relações sociais. É possível deduzir, a partir de Silva (2000), que diferenciação é sinônimo de poder, pois, uma vez que o indivíduo tem melhores condições de acesso ao que é "diferenciado", ele passa, então, a diferenciar-se socialmente. Esse indivíduo é tido, então, como autêntico, independente, autônomo, diferente, por assim dizer. Conseqüentemente, sua identidade social adquire um sentido diferenciado em meio à linguagem e aos sistemas simbólicos que representa, por meio das marcas e vinculações sócio-materiais, que "demarcam a inserção ou exclusão de um indivíduo em sociedade" (WOODWARD, 2000, p. 14).

Assim, a disputa pela identidade torna-se mais ampla, na medida em que engendra recursos simbólicos e materiais da sociedade, traduzindo o desejo dos diferentes grupos sociais, assimetricamente situados, de garantir o acesso privilegiado aos bens sociais de consumo: "identidade e diferença estão, pois, em estreita conexão com relações de poder" (SILVA, 2000, p.81).

Outra questão importante diz respeito aos diferentes processos atuando no contexto que se move entre o social e o simbólico, necessário para a construção e manutenção das identidades. Instauram-se na sociedade, sistemas simbólicos que atuam como instrumentos e legitimação da segregação social que a moda promove em toda sua disseminação social:

É enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e conhecimento que os 'sistemas simbólicos' cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre outra (violência simbólica) dando o reforço da sua própria força às relações de força que as fundamentam e contribuindo assim, [...] para a "domesticação dos dominados" (BOURDIEU, 1989, p.11).

A marca simbólica torna-se o meio pelo qual damos sentido às práticas sociais e definimos as "castas" de inclusão e exclusão social. Tais classificações são "vivas" por meio da diferenciação social. No filme analisado, esse critério é explícito no momento em que a protagonista (Andy) adapta-se ao mundo da moda, porta-se, veste-se, maquia-se e muda sua postura (e conseqüentemente, sua própria identidade) em troca da inserção. Ela passa a ser aceita como alguém que merece lugar e respeito naquele contexto, pois "as modificações no vestuário e nos discursos acerca dele indicam mudanças nas relações sociais" (CRANE, 2006, p.24).

Diana Crane (2006) explica ainda que, nas sociedades pré-industriais, a forma de vestir representava com muita precisão a posição do indivíduo na estrutura social. No interior das classes sociais, os indivíduos competem por distinção social e capital cultural, com base em sua capacidade de julgar a adequação de produtos culturais segundo padrões de gosto e maneiras alicerçados na idéia de classe. Cabe ressaltar que o conceito de classe social a que se alude é aquele definido por Pierre Bourdieu:

A classe social não se define por uma propriedade (ainda que se trate da mais determinante como o volume e a estrutura do capital), nem por uma soma de propriedades (propriedade de sexo, de idade, de origem social ou étnica-proporção de brancos e negros, autóctones e emigrados, etc., de ingressos, de nível de instrução, etc.), nem muito menos por uma cadeia de propriedades ordenadas a partir de uma propriedade fundamental (a posição nas relações de produção) em uma relação de causa e efeito, de condicionante a condicionado; senão pela estrutura das relações entre todas as propriedades pertinentes, que conferem seu próprio valor a cada uma delas e aos efeitos que exerce sobre as práticas (BOURDIEU, 1998, p.104).

É a partir de uma reflexão sobre a íntima ligação entre a moda e as estruturas sociais, em que a própria moda passe a ser um símbolo de distinção entre classes sociais (em conexão com o pensamento traçado por Bourdieu), que podemos entender o elemento cultural intrínseco ao campo da moda, que lhe atribui a posição de epicentro dos valores e usos que se difundem, culturalmente, através da mídia. Tal sistema de valoração estipula estilos de vida e imiscui-se nas relações sociais, tornando os indivíduos obcecados por sempre novas diferenciações, que, acabam por torná-los iguais.

Para Woodward (2000), esta representação, na sua acepção cultural, estabelece identidades individuais e identificações coletivas baseada em sistemas simbólicos que estão no interior da própria cultura. A autora complementa, dizendo que "é por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à experiência e àquilo que somos" (WOODWARD, 2000, p 17). Deste modo, os indivíduos adotam os modismos e as mesmices que mudam de cor a cada nova temporada na moda, mas que representam para além da repaginação as mesmas peças de sempre, em um contexto sócio-cultural. "Experenciar" a moda pode implicar, entre outras coisas, segregação e escravizar civilizações, estabelecendo uma ditadura sutil e sem fim, que seu espetáculo propõe.

3. MODA E MÍDIA: RELAÇÕES DO CONSUMO

Para que o consumo reine absoluto no mundo da moda, vislumbrado sempre por meio de estratégias da visibilidade, a ação midiática enquanto construção discursiva assume o papel de provocador dos desejos e das vontades individuais não somente no âmbito material, mas também a partir de uma esfera moral e simbólica, no âmbito da cultura e de seu entorno sócio-histórico. A ansiedade consumista da pós-modernidade, gerada pela combinação entre o real e o irreal (Baudrillard, 1991) e promovida pela lógica mercantilista da globalização, instiga o indivíduo a usufruir de uma sensação de pertencimento ao círculo daqueles que são os mitos e deuses da atualidade, por meio de estratégias de referencialidade, testemunhalidade, dentre outras, bastante visíveis, por exemplo, nas publicidades relacionadas às grandes marcas de luxo da alta-costura, hoje muito ligadas ao subsetor da cosmética e da perfumaria.

É neste contexto que o consumo assume uma posição de elemento fundamental na vivência social, desenvolvendo processos consumistas que se tornam cada dia mais complexos. O consumo, diz Manuel Castells (2000), "é um lugar onde os conflitos de classes, originados pela desigual participação na estrutura produtiva, ganham continuidade em relação à distribuição e à apropriação dos bens." Para Néstor Canclini, o consumo é considerado uma das principais características da cultura contemporânea, na sua definição:

O consumo é o conjunto dos processos socioculturais, em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Esta caracterização ajuda a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais do que simples exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas, segundo os julgamentos moralistas, ou atitudes individuais, tal como costumam ser explorados pelas pesquisas de mercado (1996, p.53).

Assim, a demanda por consumo nos conduz a uma reflexão crítica sobre seus conflitos sociais, psicológicos e morais, uma vez que certas condutas obsessivas de consumo podem ter origem em um senso comum de insatisfação profunda, no jogo entre desejos e estruturas que as mercadorias ordenam na sociedade moderna. Para Charles e Lipovetsky (2004), vivemos a era do hiperconsumo:

Um consumo que absorve e integra parcelas cada vez maiores da vida social; que funciona cada vez menos segundo o modelo de

confrontações simbólicas caro a Bourdieu; e que, pelo contrário, se dispõe em função de fins e de critérios individuais e segundo uma lógica emotiva e hedonista que faz que cada um consuma antes de tudo para sentir prazer, mais que para rivalizar com outrem. O próprio luxo, elemento de distinção social por excelência, entra na esfera do hiperconsumo, porque é cada vez mais um consumo pela satisfação que proporciona (um sentimento de eternidade num mundo entregue à fugacidade das coisas), e não porque permite exhibir status. (p.26)

De acordo com a lógica hiperconsumista, a moda torna-se um campo em que os desejos se transformam em demandas e em atos socialmente regulados, medidos pelo *status* que grupos superiores buscam para diferenciarem-se dos inferiores: “adotando e lançando novas modas, de maneira que a adoção de um estilo de vida, comparada à condição de pertencer a uma classe social, supõe um maior nível de influência por parte do indivíduo” (CRANE, 2006, p.36). Ou seja, os sujeitos fazem suas escolhas a partir de estimativas e avaliações constantes de seu próprio *status* social, em que cada aquisição de um bem de consumo pode ser interpretada como uma potencial contribuição para a formação de suas identidades e/ou imagens projetadas em seu círculo social; ao passo que a construção e a apresentação do “eu” tornam-se preocupações constantes e medidas de reavaliação contínua de sua condição de “estar na moda”.

No encaço de novas escolhas, emerge a figura de um consumidor seduzido e sentimental, que é visto ainda como um intérprete sofisticado de códigos, e torna-se um “alvo fácil” para as ações estratégicas midiáticas, que o observam atentamente, interferindo de modo decisivo em seu imaginário, a partir do fornecimento de uma visão estetizada do mundo.

Para Lipovetsky (1989), a renovação precipitada da diversificação e estilização dos modelos sugere a “sedução das coisas”, porque a ordem burocrático-estética comanda a economia de consumo, reorganizada pela sedução e pelo desuso acelerado. Os progressos da ciência, a lógica da concorrência, aliados ao gosto pela novidade estabeleceram uma nova ordem econômica organizada como a moda. Nas culturas pós-modernas, a função essencial do consumo é a “forma de desempenhar papéis, na medida

em que os consumidores buscam projetar concepções de identidade que estão constantemente evoluindo” (CRANE, 2006, p. 39).

4. MODA E MÍDIA: PROCESSO CULTURAL

A pós-modernidade trouxe consigo uma afirmação do individual sobre o coletivo, a partir da subjetivação dos gostos e da efemerização do tempo, como explica Lipovetsky em *Tempos hipermodernos* (2004).

É a era da moda extrema, em que a sociedade burocrática e democrática se submete aos três componentes essenciais (efêmero, sedução, diferenciação marginal) da forma-moda e se apresenta como sociedade superficial e frívola, que impõe a normatividade não mais pela disciplina, mas pela escolha e pela espetacularidade (CHARLES & LIPOVETSKY, 2004, p.19).

Esta reprodução e valorização das representações de padrões de moda e beleza na sociedade hipermoderna estão sendo conduzidas pela mídia, de acordo com a lógica mercadológica vigente. Instaura-se, portanto, um processo que repercute na cultura de massa, e a comanda, a partir da “lei da renovação acelerada, do sucesso do efêmero, da sedução, da diferença marginal” (LIPOVESTSKI, 2007, p.205). Neste viés, a indústria cultural se organiza sob o princípio da novidade, que promove um consumo excepcional dos bens, produzindo como efeitos de sentido a “paixonite da massa” (LIPOVETSKY, 1989). Sem ela, o império do efêmero estruturado pelo campo da moda não seria possível, e nenhum vetor estratégico adiantaria.

Este desvio psico-sociológico garante grandes proporções para a indústria cultura, na construção de imagens, comportamentos, atitudes e estilos de vida, disseminados culturalmente através de materiais contidos nos filmes, novelas, revistas de moda, *clips* de cantoras *pop*, na indumentária da “mocinha” ou da apresentadora de TV. Para Edgar Morin (2009), cultura é por tudo que orienta, desenvolve, domestica certas virtualidades humanas, mas inibe ou proíbe outras:

[...] corpo complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam as emoções. Esta penetração se efetua segundo trocas

mentais de projeção e de identificação polarizadas nos símbolos, mitos e imagens da cultura como das personalidades míticas ou reais que encarnam os valores (os ancestrais, os heróis e os deuses). Uma cultura fornece pontos de apoio imaginários à vida prática, pontos de apoio práticos à vida imaginária; ela alimenta o ser semi-real, semi-imaginário, que cada um secreta no exterior de si e no qual se envolve (sua personalidade). (MORIN, 2009, p.13)

A partir deste entendimento, observamos que a cultura dissimulada pela lógica mercantil pós-moderna, consequência funesta do capitalismo tardio, realiza uma síntese do original e do padrão, do individual e do estereótipo; estimulando os indivíduos sempre para a vivência de um momento presente, de um surto fugaz de consumo como compensação da pressão do dia-a-dia, na percepção de um sistema de moda enquanto aventura sem risco, em uma oscilação entre acessórios e peças decorativas, difusas em imagens que não podem cessar. Lipovetsky (2007) complementa esta proposição quando trata da primazia do presente que aparece na arquitetura rítmica dos produtos culturais, dominados cada vez mais pelo êxtase da celebridade e do imediatismo, que cada indivíduo busca, no contato com a moda.

E na ambiência da moda que os indivíduos remarcam suas identidades, seus detalhes e suas intenções sociais, as quais lhes permitem, por vezes, serem admirados, como “os deuses do Olimpo” (hoje, deuses da mídia!). Essa característica culturalmente difundida pela indústria da moda instiga ao egocentrismo e à vaidade humana, qualificadoras que permitem ao indivíduo buscar a partir da fabricação de uma auto-imagem, inserção e proximidade com a perfeição, na angústia pós-moderna de “tentar” estar sempre na moda.

5. O LUXO NO PROCESSO DA MODA

A visibilidade social do luxo cresce de forma acelerada, primeiramente pelo aumento do número de marcas desse segmento presentes no mercado; segundo, pelas conotações que já observamos no transcórre deste artigo, que dizem respeito às novas estratégias de consumo, sendo este ligado a questões relativas à identidade e às

diferenças sociais. Tais diretrizes podem estabelecer um novo tipo de cultura de luxo, que é consequência da visão mercantil-consumista da pós-modernidade. As estratégias de consumo de bens de luxo no campo da moda são alavancadas pela ação da mídia, que tem por finalidade multiplicar o poder de sonho e desejo, por meio de novas políticas de preço e imagem, que podem ser trabalhadas, ainda, a partir de novas plataformas de comércio de bens de luxo, a exemplo do *e-commerce*, que faz proliferar sites de venda online da cosmética da perfumaria das marcas de luxo.

Antes de ser uma marca da civilização, o luxo foi e é um fenômeno de cultura dentro do campo da moda, elucidado a partir de uma atitude mental que é característica do ser humano-social, ao afirmar seu "poder de transcendência" (LIPOVETSKY, 2005, p.22). Neste processo está implicada uma nova relação entre a esfera terrestre e a esfera celeste, de modo que o luxo representa o mítico, os "deuses do Olimpo" (MORIN, 2009), e o culto ao divino, inserido no contexto social atual da moda a partir de seu poder de diferenciação.

Na pós-modernidade, este contexto é representado pelo reposicionamento da alta-costura, a partir de uma comercialização mais global de produtos de bens de luxo. Quando a grife Shu Uemura criou cílios postiços para cantora Madonna, avaliados em 50.000 dólares o par, também vendeu nas grandes redes de varejo, ou mesmo na internet, réplicas ou similares para os "mortais", ao preço de 25 dólares o par. Mesmo assim, para os consumidores o que vale mesmo é poder adquirir um produto da mesma marca (social e material) que a cantora usa: registrada neste exemplo as estratégias de referenciabilidade e testemunhabilidade. Em outro aspecto, este tipo de consumo se justifica porque marcas como Shu Uemura representam a chegada do luxo até o consumidor de massa, garantido a este o acesso ao "Olimpo" (MORIN, 2009) que permite, pelo menos, parecer ser. Em outras palavras, o luxo e a moda vendem hipermodernamente, uma ilusão de que as desigualdades do capitalismo selvagem se desmancham no ar.

Sobretudo, é imprescindível que se reconheça o papel do luxo na vitalidade e ciclicidade da moda. Sua supervalorização pode ser observada no filme analisado, sobre várias visões:

Primeiramente quando se passa quando a protagonista (Andy) nega importar-se com roupas, estilistas e marcas; no momento em que a antagonista (Miranda Prestly, editora-chefe da revista fictícia do filme – revista Runway), se mostra indecisa entre dois cintos azuis para uma composição de roupas, aparentemente idênticos, a protagonista sorri, com ar de que aquela era uma discussão desnecessária, refutando assim a “futilidade da moda” bem como a “frivolidade do luxo”. Em uma reação surpreendente, a antagonista faz um discurso que poderia ser uma resposta aos críticos que se referem à moda como consequência desnecessária da pós-modernidade: alega que, mesmo os que dizem ser “como Andy”, que não se envolvem e que não se importam com moda, acabam por ser determinados pela moda quando compram um simples casaco em promoção. A antagonista fala: *“Essa ‘coisa’ determinou a cor do seu suéter, que provavelmente você comprou em uma liquidação de ponta de estoque”*. Através da afirmação da antagonista, podemos concluir que a criação em moda parte de um trabalho minucioso, que envolve pesquisa de campo, relacionada ao público para o qual a própria moda se dirige, e é a partir da alta-costura, do luxo tido como restrito, sagrado e raro, que se origina a moda *prêt-à-porter* (pronta para usar) vendida nas grandes redes de varejo para as massas.

Outra passagem interessante no filme, e que remete à valorização do luxo em seu papel na moda, refere-se ao momento em que a antagonista consagra o valor que dava a si mesma, se colocando na posição de poder sobre as minorias, quando afirma em seu diálogo com a protagonista: *“A verdade é que ninguém poderia fazer o que eu faço! Todos querem isso, todos querem ser assim. A verdade é que você escolheu vir à Paris”*. Assim, percebe-se que o vestuário (especialmente o que visualizamos na alta-costura, nas semanas de moda, nas apresentações das grandes grifes de luxo) tornou-se um símbolo máximo de identidade do indivíduo na sociedade; mas se reposiciona, a partir de uma lógica mercadológica, permitindo a todos um pseudo-senso de equidade e

igualdade, semelhante às relações entre perfis de redes sociais, como Orkut, Facebook e Twitter, que permitem aos sujeitos comuns estar próximos daqueles que julgamos “deuses do Olimpo” (MORIN, 2009), avalizando novas e diversas identidades em meio a milhares de imagens e representações a que somos submetidos.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De diferentes modos e maneiras, todos vivenciam a moda, especialmente pela ação da mídia, que remonta efeitos de sentido, seja na identidade de um indivíduo, ou seja, na cultura pós-moderna como um todo. Para além das percepções e representações do vestuário, a moda acaba por modificar nossos valores e princípios mais íntimos e sólidos, na medida em que sua discursividade produz significados de grande impacto e repercussão.

A partir da ótica do filme “O Diabo veste Prada”, percebe-se esta ação midiática, engendradora nos modos e costumes da sociedade, na maneira como esta se organiza hierarquicamente, e deflagra readequações no cotidiano de cada um, em uma nova postura hedonista e individual diante da vida. É difícil pensar em autocontrole diante do consumo cultural exacerbado pelos *massmídia*, no papel decisivo da publicidade, que afeta a intelectualidade humana e interfere em nossos modos de racionalizar necessidades. O luxo como fenômeno da moda, outrora acessível a poucos, tido ainda como sinônimo de raridade e sacralização, se reposiciona; a partir de um novo discurso “redemocratizador”, obedecendo à lógica da organização sócio-política da indústria cultural da moda, motivado ainda pela ansiedade de lucrar e imperar diante da lógica consumista, que se utiliza de diversas estratégias comunicacionais implícitas nos discursos e nas campanhas publicitárias das marcas mais famosas.

Se no contexto da moda pós-moderna todos estamos convidados?!, É uma questão que, por sua complexidade, é difícil responder, pois, de um lado, estão postas a autonomia individual e as novas formas de acesso e sociabilidades; de outro, a lógica comercial que obriga fenômenos como o luxo a quebrarem seus paradigmas, em nome

de uma nova ordem de consumo. A perda das fronteiras a partir da comercialização dos objetos na internet massifica e desencanta o glamour do enigmático, da ilusão e da onipresença, que se dissolvem no processo de fusão entre sujeito e o próprio objeto. Sua transnacionalidade é explicada por Semprini como *“un immense système de signification, comme un mécanisme dont le coeur, essentiellement et fondamentalement de type sémiotique, dans les enjeux internationaux”* (2001, p.1). Assim, transnacionalização confere ao luxo “novo” *status* de democratização, a partir de um “novo comportamento social”, uma nova sensibilidade, em que a marca é uma questão de identidade. Tal discurso, da acessibilidade da moda e do luxo corteja o ego dos indivíduos, passando-lhes a falsa ideia de que é somente através da aquisição que se chega à plenitude do viver a vida.

A moda é um fenômeno poderoso, uma vez que dita estilos e identidades. Mesmo aquele sujeito que não sai nas colunas sociais ou não se importa em combinar cores e tecidos, acaba por preocupar-se com moda em outros aspectos da sua vida, em meio aos noticiários, às coberturas midiáticas, à difusão da publicidade sobre uma moda, que vai além do vestuário e abrange a indústria automobilística, por exemplo.

Em sua transcendência, percebe-se que a moda, há muito tempo, deixou de ser sinônimo de futilidade, pois se tornou um poderoso sistema de signos e representações do nosso tempo, que nos integra ao nosso próprio meio. Não é mais na escolha do vestuário para a jornada de trabalho, é uma infusão de sentidos e conexões que vislumbra ideologias e simbólicas, alterando nosso senso de convivência em sociedade. Apresenta-se para todos nós um novo tipo de “contrato social” (Rousseau, 1978), estabelecido a partir da lógica do pertencimento social em um novo mundo, para o qual “somos todos convidados?”

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUDRILLARD Jean. **A sociedade de consumo**. São Paulo: Edições 70, 1981.

_____. **Simulacros e simulação**. Lisboa (Portugal): Relógio d'Água, 1991.

BOURDIEU, Pierre. **La distinción**: Criterios y bases sociales del gusto. Buenos Aires: Taurus, 1998.

_____, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: SENAC, 2006.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

_____. **Tempos Hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

_____. Publicidade e sedução na pós-modernidade. In: MARTINS, Francisco Menezes, SILVA, Juremir Machado da (orgs.) **A genealogia do virtual**: comunicação e tecnologias do imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2004.

_____, e ROUX, Elyette. **O luxo eterno**: da idade do sagrado ao tempo das marcas. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MORIN, Edgar. **Cultura das massas no século XX**: neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

PALOMINO, Érika. **A moda**. São Paulo: Publifolha, 2003.

ROUSSEAU, J.J. **Do contrato social**: ensaio sobre a origem das línguas; discurso sobre a origem e os fundamentos da desigualdade entre os homens; discurso sobre as ciências e as artes. Coleção Os Pensadores, São Paulo: Abril Cultural, 1978.

SANTAELLA, Lucia. **Corpo e comunicação**: sintoma da cultura. São Paulo: Paulus, 2004.

SEMPRINI, Andrea. Objets sans frontières. **Protée**, vol. 29, nº 1, 2001. p. 9-16. Disponível em <http://www.erudit.org/revue/pr/2001/v29/n1/030611ar.pdf>. Acesso em 14.set.2010.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In SILVA, Tomaz Tadeu da (org); HALL; Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2003.

¹ Este artigo foi inicialmente criado e apresentado como trabalho final de avaliação da disciplina de Comunicação, Cultura e Consumo da Especialização em Comunicação e Projetos de Mídia do Centro Universitário Franciscano (UNIFRA). Assumi a configuração atual a partir da constituição de um grupo de pesquisa que, orientado pela professora da disciplina, visa à formação de parcerias intelectuais com cada um dos alunos, de maneira a, através da reelaboração e publicação dos artigos apresentados pelos especializandos, promover um processo de educação continuada, que não se restringe ao tempo-espço de sala de aula.

Recebido em: 03/03/2011
Aprovado em: 11/04/2011

**A TRADIÇÃO EM FAZER RENDA DE BILROS: ESTUDO DE CASO DAS ARTESÃS
DA PRAINHA, AQUIRAZ – CE**

Ana Julia Melo Almeida*

Francisca R. N. Mendes**

Maria Sílvia Barros de Held***

RESUMO

Este trabalho se constitui em relatar o criar e o saber-fazer da renda de bilros das artesãs da Prainha, localidade do município de Aquiraz, CE, abordando as subjetividades presentes no universo das rendeiras, como elas articulam a renda no seu universo cultural, e as reflexões específicas do processo criativo, com o intuito de entender o criar e o domínio da técnica das artesãs.

Palavras chaves: Renda de bilros, Processo criativo, Saber-fazer.

* Autora, graduada em Estilismo e Moda pela Universidade Federal do Ceará, em dezembro de 2009. Cursou disciplinas de antropologia e cultura latino-americana na Université Lumière Lyon II, em Lyon (França), onde realizou intercâmbio universitário. Atualmente, cursa o mestrado em Têxtil e Moda na Universidade de São Paulo onde pesquisa sobre o processo criativo das atividades artesanais e o seu diálogo com a moda.

ajulia.melo@yahoo.com.br

** Co-autora, graduada em História pela Faculdade de Filosofia D.Aureliano Matos-FAFIDAM/UECE (2000). Mestre em Sociologia pelo Programa de Pós Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará/UFC (Agosto/2004), onde também concluiu o Doutorado em 2009. Realiza pesquisas sobre o artesanato cearense. Membro do Laboratório de Estudos da Oralidade-LEO (UFC) e da Comissão Cearense de Folclore. Também compõe a Diretoria da Comissão Nacional do Folclore (2009-2012) e é professora adjunta do setor de História e Pesquisa da Moda do Curso de Estilismo e Moda da Universidade Federal do Ceará (UFC).

*** Co-autora, possui graduação em Artes (1974) e em Publicidade / Propaganda (1974) pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Mestrado em Artes pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (1983) e Doutorado em Artes pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (1990). Atualmente é Professora Doutora efetiva da Universidade de São Paulo, na Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH-USP) em RDIDP no Curso de Têxtil e Moda, na área de Design e Moda e é Membro do ICOM - International Council of Museums / UNESCO, desde 2000.

**THE TRADITION AROUND BOBBIN LACE MAKING: A STUDY WITH THE
ARTISANS FROM PRAINHA, AQUIRAZ IN CEARÁ (BRAZIL)**

ABSTRACT

This article relates the know-how and the way to create bilro lace of the artisans from Prainha, in Aquiraz, CE, Brazil. It approaches the subjectivity inside the universe of lacers, how they articulate the lace inside their cultural universe and the specific reflections of the creative process, in order to understand the way to create and the technique domain of them.

Keywords: Bilro lace, Creative process, Know-how

Introdução

A Prainha é uma vila de pescadores localizada no município de Aquiraz (CE), distante cerca de vinte e seis quilômetros da capital, Fortaleza. A principal atividade econômica da região foi por muito tempo a pesca artesanal, que permitiu a sobrevivência das famílias da comunidade. Aliada à pesca, desenvolveu-se entre as mulheres locais, há muitas gerações, a feitura de renda de bilros. Essas duas atividades convivem, paralelamente, há muito tempo na Prainha.

A região do Brasil em que a renda de bilros está mais presente é a região Nordeste, porém encontramos registros da atividade em outros estados do Brasil. Os lugares no Brasil em que podemos achar renda de bilro são Alagoas, Bahia, Brasília, Ceará, Minas Gerais, Paraíba, Piauí, Rio Grande do Norte e Santa Catarina.

A renda de bilros é uma prática muito antiga e ainda não há consenso entre os estudiosos a respeito de onde ela é originária. Em sua caracterização atual, aparece no início da Idade Moderna, sendo trazida ao Brasil pelos europeus que aqui chegaram. No livro *Tecidos: histórias, tramas, tipos e usos*, a autora afirma que “a renda já existia no Oriente e chegou ao Ocidente na segunda metade do século XVI por intermédio das Cruzadas.” (PEZZOLO, 2004, p.225).

É difícil apontarmos o início desse artesanato, tanto no Brasil quanto a sua chegada ao Ceará, mas podemos afirmar, a partir do que nos diz a história da colonização brasileira, que a renda foi trazida por mulheres portuguesas e imediatamente assimilada pelas nativas, por elas terem uma grande facilidade, pois já praticavam a arte milenar do trançado.

A tradição da renda provavelmente chegou ao Brasil pelas mãos das mulheres portuguesas que vieram acompanhando seus maridos marinheiros. O ditado popular “onde há rede há renda” bem justifica a permanência dessa arte junto ao litoral e ao longo dos rios. No entanto, não há indicação precisa sobre a data em que foi introduzida e o ponto de partida. Alguns autores consideram que, no Nordeste, sua introdução poderá ter sido feita pelos holandeses, já que Flandres era um importante centro de produção de rendas, tanto de agulhas como de bilros. (FLEURY, 2002, p.73)

Esse sincretismo está diretamente ligado ao processo de constituição das nações modernas. A população nativa incorporou hábitos e ensinamentos europeus que, somados as suas próprias práticas, resultaram na formação de uma cultura híbrida. Alfredo Bosi, em *Plural, mas não caótico in Cultura brasileira: temas e situações*, afirma que:

Não existe uma cultura brasileira homogênea, matriz dos nossos comportamentos e dos nossos discursos. Ao contrário: a admissão do seu caráter plural é um passo decisivo para compreendê-la como um “efeito de sentido”, resultado de um processo de múltiplas interações e oposições no tempo e no espaço. (1987, p. 7)

No ensaio *A educação e a cultura nas constituições brasileiras*, presente no mesmo livro, o autor continua a discorrer sobre a faceta plural da cultura brasileira. Ele atesta que “a sua forma complexa e mutante resulta de interpenetrações da cultura erudita, da cultura popular e da cultura de massas” (BOSI, 1987, p.217).

O termo “cultura popular” é definido como reação de oposição à cultura erudita, um domínio presente nas práticas populares, uma expressão espontânea do

povo. O artesanato pode assim ser enquadrado nessa realidade, sendo resultante de uma prática coletiva popular.

Interessa-nos abordar aqui o universo cotidiano da rendeira, o saber-fazer renda e o processo criativo de nossas artesãs, e como as ligações holísticas do ato de criar são associadas aos processos afetivos e sociais: a alma e o destino transformados em vitalidade pelo constante entrelaçar dos bilros.

1. O universo da rendeira

*“Os espinhos espetando
Para que a linha se prenda;
Vai tecendo, vai traçando
O seu destino na renda.”¹*



Figuras 1, 2 e 3 – Da esquerda para a direita: a rendeira Helena, ao lado de uma arara repleta de produtos, a rendeira Maria e a rendeira Elizabete, trabalhando na renda. Foto: Eduardo Paschoal (2009).

A renda de bilros e o mundo feminino estão intimamente interligados. Na Prainha, as mulheres aprendem a renda na infância de modo bastante espontâneo, aprendizado transmitido pela tradição familiar. As mulheres mais velhas da comunidade passam o que sabem para as mais novas, na maioria das vezes ainda meninas, por volta dos seus sete a oito anos de idade. Para Porto Alegre (1994,

¹ Trecho do poema: a rendeira de Augusto Linhares

p.59), o aprendizado da produção artesanal não é obtido na escola, mas no próprio convívio com esse universo de criação, da experimentação, da arte.

“Eu aprendi olhando minha mãe fazer, ela aprendeu com a mãe dela [aponta para outra rendeira].”²

A naturalidade do aprender e a iniciação baseada na transmissão pela tradição oral estão presentes na fala da rendeira Elizabete, que complementa o discurso de Porto Alegre (1994). A renda vem sendo transmitida ao longo das gerações de modo espontâneo, uma manifestação cultural frente às adversidades da vida.

Outro aspecto bastante semelhante na trajetória de vida dessas mulheres é a figura do marido, em sua maioria pescador. Elas são testemunhas da saudade e das preocupações constantes quando os maridos estão em alto-mar e, enquanto os esperam, entrelaçam os fios na almofada, encontrando no seu instrumento de trabalho um confidente.

“A rendeira é mulher de pescador, o pescador sai pro mar, passa três, cinco, oito dias no mar... Aí você, enquanto ele tá lá se sacrificando, trabalhando, arriscando a vida, uma vida perigosa, você não vai ficar pelo meio do mundo, batendo perna. Aí você já tem essa amiga, porque isso aqui é uma amiga de primeira linha. A minha mãe, ela costuma dizer que a almofada é a melhor amiga que ela teve até hoje, porque ela disse que conta as coisas dela tudinho, passava o dia todinho furando ela, botava ela pra cima, botava ela pra baixo e ainda dava dinheiro a ela e ela nunca dizia nada, nunca contava os segredos dela pra ninguém. Quer dizer, tem ouvido, mas não fala.”³

² Entrevista realizada com a rendeira Elizabete em 16 de outubro de 2009.

³ Entrevista realizada com a rendeira Maria do Lauro em 08 de outubro de 2009.

O relato da Dona Maria remete à mitologia grega, descrita no livro de Catherine Fleury (2002, p.128): podemos nos reportar à mitologia grega ao falar de Penélope, que tecia durante o dia e desfazia durante a noite o fio trançado, num trabalho interminável, à espera do regresso de seu amado Ulisses, cujo retorno a salvaria de um casamento indesejado. Bem podemos associá-las às mulheres de nossos jangadeiros, que fazem renda enquanto esperam seus maridos regressarem do mar.

Além de a rendeira preencher o tempo no entrelaçar dos bilros, ocupando a mente enquanto o marido passa dias no mar, ela também acaba complementando o orçamento doméstico.

“Ele saía pro mar e eu nem com a água dos potes eu ficava. Aí eu ia trabalhar na almofada, fazer qualquer coisa pra vender pra comprar o que fosse, por que ele saía pro mar e não deixava nada e se num fosse eu...”⁴

Percebemos, no depoimento da rendeira Santa, a trajetória de muitas rendeiras da Prainha que buscam nos trabalhos com renda de bilros uma complementação do orçamento familiar. Embaladas pelas batidas dos bilros, escutamos das rendeiras Elizabete e Olenir a exceção a esse quadro, relatando o compromisso para com o sustento dos filhos.

A renda de bilros na Prainha desenvolveu-se, assim, como uma atividade complementar à pesca. As rendeiras, na maioria das vezes, mulheres de pescadores, ocupavam o tempo fazendo renda, contribuindo, assim, nas despesas de casa. Dentre as rendeiras entrevistadas, a rendeira Helena é a única que não tem ou não teve marido pescador.

⁴ Entrevista realizada com a rendeira Santa em 16 de outubro de 2009.

O trabalho e a vida cotidiana dessas mulheres se confundem e se entrelaçam em todos os aspectos, não existindo uma separação entre trabalho e modo de vida, uma característica comum em atividades artesanais.

A renda é feita entre um fazer doméstico e outro. O trabalho na almofada não compromete as tarefas domésticas e nem as obrigações e os cuidados com os filhos. Era realizada ao longo e ao fim do dia entre uma tarefa e outra. Eram também tarefas compartilhadas em sociedade com amigas e vizinhas.

Para Porto Alegre (1994, p.136), é essa simbiose entre trabalho e cotidiano que “atrai e fascina o observador”, pois, por meio dos objetos, são reveladas partes da “vida diária, das praticas religiosas, das crenças, das festas, das tarefas domésticas, da dura luta pela sobrevivência”.

Dona Maria do Lauro afirma⁵ que antes da criação do Centro das Rendeiras da Prainha, as mulheres se reuniam para trabalharem juntas. Segundo ela, antes, o espaço era debaixo do coqueiro, “então se juntava aquela turma de seis, oito mulheres e ia todo mundo trabalhar ali, quer dizer, é uma forma de a gente esquecer e o tempo passar mais rápido”.

Fazer a renda durante a semana e sair aos fins de semanas para vender fazia parte do cotidiano da maioria das rendeiras da Prainha, visto que elas não tinham um lugar certo para apresentar os seus produtos.

*“As pessoas iam vender nas caixas, agora eu nunca sai não, quem vendia meus trabalhos era uma rendeira aqui, aí vendia, levava os trabalhos e passava era muitos dias, muié...”*⁶

Um fato observado durante os diálogos com as artesãs é a existência da solidariedade e do companheirismo que se desenvolveu entre elas. Nos relatos das

⁵ Entrevista realizada em 08 de outubro de 2009.

⁶ Entrevista realizada com a rendeira Santa em 16 de outubro de 2009.

rendeiras, as suas concepções a respeito de orgulho, trabalho, filhos, casamentos e dificuldades se misturam e se confundem, como peças do mesmo e único ato de viver, vão ganhando forma e retratando o modo de vida de um povo que, por meio das tradições, reinventa o cotidiano num exercício de constante adaptação.

Ao analisar a renda como atividade feminina, algumas características ganham destaques, sendo consideradas próprias às rendeiras. Nós as consideramos mulheres caprichosas e pacientes, atributos inerentes para quem trabalha horas a fio habilidosamente com os bilros.



Figura 4 – A rendeira Maria enrolando a linha no bilro. Foto: Eduardo Paschoal (2009).



Figura 5 – Imagem do fazer renda. Foto: Eduardo Paschoal (2009).

Quando perguntamos à rendeira Maria do Lauro o que seria necessário para ser rendeira, ela respondeu de bastante clara e direta:

“Pra ser rendeira, o primeiro passo é gostar, porque tudo que você vai fazer você vai fazer com gosto. Até uma comida que você vai fazer, se você for pro fogão e não for com gosto de fazer aquela comida, ela não sai boa não. É a mesma coisa. Você pega uma almofada dessas, se você não vai com vontade, é claro que não vai ficar bom. E outra coisa, você tem que ser paciente. Eu hoje talvez não chegue aqui no meio [referência à toalha que estava fazendo na ocasião]. Você tem que ter muita paciência, você tem que ser zelosa, você não pode deixar o trabalho cheio de nó, porque é horrível.”⁷

Ao indagarmos a rendeira Elizabete o porquê da utilização constante dos motivos florais, ela demonstrou a sua concepção de beleza para a renda.

“Se não tiver essas flores [referindo-se à utilização do desenho de margaridinha dentro da renda], num vai ficar bonito.”⁸

O julgamento constante que as artesãs fazem de suas peças durante a realização da renda nos mostra que esse processo é repleto de tentativas, além de concepções próprias de beleza. O zelo e a paciência estão inseridos dentro do saber-fazer das artesãs, como características inerentes ao auto-reconhecimento de ser rendeira.

“Eu vou ter que desfazer aqui [referindo-se ao erro cometido durante o fazer renda], eu num vou fazer uma renda feia, que tipo de rendeira sou.”⁹

⁷ Entrevista realizada em 08 de outubro de 2009.

⁸ Depoimento da rendeira Elizabete realizado em 08 de outubro de 2009.

⁹ Depoimento da rendeira Maria do Lauro realizado em 08 de outubro de 2009.

A sensação de satisfação gerada por ser capaz de produzir algo bem-feito e bem-acabado é motivo de orgulho, além de diferenciá-las por realizarem uma atividade que elas mesmas falam que não é “pra qualquer pessoa”.

“Não é todo mundo que sabe fazer renda, tem que ter capricho.”¹⁰

A renda de bilros é feita sobre uma almofada com enchimento de materiais diversos; a almofada é em geral recoberta de tecido, podendo ser presa num suporte de madeira.

Na comunidade da Prainha, a maioria das rendeiras apóia a almofada feita com enchimento de palha seca e recoberta de tecido de chita em estruturas de madeiras que se cruzam formando um X, uma espécie de cavalete. Elas trabalham sentadas em um banquinho conhecido por elas como tamborete¹¹, ou em cadeiras de plástico.

As artesãs utilizam almofadas em formato de cilindro. A almofada é a base sobre a qual se executam as rendas e nela se prende o cartão com o esquema furado em cima do qual irão se trançar os bilros. O cartão, também chamado de *pique*, é conhecido por algumas rendeiras como molde, é uma espécie de guia feito com pequenos furos com o desenho da renda a ser executada. Esses cartões são armazenados cuidadosamente em caixas, podendo ser trocados umas como as outras ou até vendidos para a cópia.

¹⁰ Depoimento da rendeira Helena realizado em 08 de outubro de 2009.

¹¹ Tamborete é um pequeno banco, geralmente em madeira, baixo e pequeno, sem braço, com assento para apenas uma pessoa.



Figura 6 – imagem das peças necessárias do fazer renda: o papelão desenhado, a almofada, os bilros e os alfinetes. Foto: Eduardo Paschoal (2009).

Os fios são manejados por meio dos bilros, pequenas peças de madeira torneadas, uma espécie de haste de madeira com uma esfera no final (cabeça do bilro), para evitar que o fio escorregue. Sobre uma das extremidades enrola-se a linha para fazer a renda. Dessa forma, os bilros conduzem os fios para formar a renda. Ao serem movimentados pelas mãos hábeis das rendeiras, produzem um som agradável, provenientes do estalo das peças.



Figura 7 – imagem dos bilros. Foto: Eduardo Paschoal (2009).

Assim, para a confecção da renda são necessárias as seguintes peças: os bilros, a almofada, a linha, o papelão e os espinhos (alfinetes). Os bilros são os instrumentos utilizados para fazer os movimentos que originam o desenho e o pano da renda. A almofada é utilizada para apoiar e fixar o papelão e a linha, que é entrelaçada nos bilros e possibilita a concretização da renda. O papelão é o guia das rendeiras, também conhecido como cartão; é necessário “pinicá-lo” para que ele esteja pronto para ser utilizado. Já os espinhos (alfinetes) são usados para segurar o ponto. Na Prainha, as artesãs utilizam um cartão grosso de papel de caixa. O desenho da renda forma-se por meio do pinicado do papel.

Vale lembrar que os espinhos utilizados são de mandacaru¹². Atualmente, elas usam alfinetes também, mas preferem os espinhos de mandacaru, pois, além de não enferrujar, eles são mais firmes. As rendeiras relatam que está cada dia mais difícil encontrar espinhos, pois tanto não se tem mais quem os tire, como também a maior parte das plantações foi devastada. É por esse motivo que as artesãs começaram a utilizar os alfinetes industrializados.

“No tempo de minha mãe, num tinha isso [referindo-se aos alfinetes] aqui não, era tudo espinhos de cardeiros¹³. ” ¹⁴

As rendeiras diferenciam os espinhos dos alfinetes durante o fazer renda. Os espinhos são utilizados para prender o papelão na almofada, pois, além deles não machucarem e não danificarem o tecido da almofada, eles são mais firmes. Já os alfinetes, são utilizados para segurar o ponto da renda.

¹² Vegetação típica da região Nordeste do Brasil, mais conhecida como cacto.

¹³ Referindo-se aos espinhos de cacto, utilizados com alfinetes nas almofadas de renda.

¹⁴ Depoimento da rendeira Maria do Lauro realizado em 09 de setembro de 2009.



Figura 8 – Imagem dos espinhos de Mandacaru com a rendeira Maria ao fundo. Foto: Eduardo Paschoal (2009).

“Com o molde desenhado, ele tá pronto para o trabalho. Aí o que é que eu faço com o espinho grande do mandacaru? Eu vou fixar ele todinho na almofada. Fixo o papelão na almofada, aí eu vou começar a fazer a base, se eu não fizer a base dele, ele vai ficar todo solto.”¹⁵

A renda de bilro é constituída por duas partes: o pano, que é o fundo da renda, e o desenho, que é a parte que decora o fundo e que dá forma à renda.

“Tudo que a gente faz, tem que fazer primeiro a base, tudo, é uma camiseta, é um bolero, é uma saia. Você tem duas opção pra fazer a base: o pano ou a orela [referindo-se a orela do tecido]¹⁶.”¹⁷

“Depois da base feita, inicia-se o desenho.”¹⁸

Existem dois movimentos básicos na confecção da renda de bilros: o cruzar e o trocar. Conforme a rendeira Maria: “você passa esse aqui [referindo ao fio da

¹⁵ Depoimento realizado com a rendeira Maria em 08 de outubro de 2009.

¹⁶ A auréola é a parte mais firme do tecido, a mais dura, que não desfia.

¹⁷ Depoimento realizado com a rendeira Maria em 08 de outubro de 2009.

¹⁸ Idem.

esquerda] por cima desse [referindo-se ao fio da direita], cruzando. Para fazer o trocado é o oposto”.

Deste modo, durante o movimento do cruzado, o fio da esquerda passa por cima do fio da direita. Já no movimento do trocado, o fio da direita passa por cima do fio da esquerda. Do emaranhado dos fios conduzidos pelos bilros, vai surgindo o formato do desenho. A feitura da traça, que também é conhecida pelas rendeiras como “barata ou baratinha”, representa a técnica básica na construção de vários desenhos. A traça é feita por meio do movimento de quatro bilros e apresenta o formato de pétala, para conseguir o desenho das flores. Nos desenhos da margaridinhas e das rosas, por exemplo, utilizam-se várias “baratas”.

Após curso ministrado por professores, organizado pela Ceart (Central de Artesanato do Ceará) ¹⁹, algumas das artesãs aprenderam a construir o desenho por meio do molde no papel milimetrado. Antes desse curso, somente as rendeiras que desenhavam “no olho”, conseguiam realizar o desenho. Após o desenho feito no papel milimetrado, ele é passado para o papelão para, assim, ser feita a renda.

2. Processo criativo das rendeiras da Prainha

“Criar é tão difícil ou tão fácil como viver. E é do mesmo modo necessário.” ²⁰

A criatividade é uma característica inerente ao homem, um potencial associado ao viver, um fenômeno holístico, englobando todas as esferas e todas as potencialidades humanas.

¹⁹ A Ceart (Central de Artesanato do Ceará) foi inaugurada em 1981 com o objetivo de ser um espaço de vendas, de exposições e de oficinas de trabalhos artesanais produzidos no Ceará.

²⁰ Citação de Fayga Ostrower.

Para Ostrower (1987, p.71), o homem elabora seu potencial criador por meio do trabalho. É uma experiência vital. Nela, o homem encontra sua humanidade ao realizar tarefas essenciais à vida humana e essencialmente humanas.

Analisando o processo criativo das rendeiras da Prainha, é possível perceber que a produção artesanal da renda de bilros está intimamente ligada à cultura desta comunidade.

O aprendizado do saber-fazer renda é transmitido pela tradição familiar de maneira bastante natural, as mulheres aprendem a dominar a renda na infância, experimentando esse universo.

Segundo Porto Alegre (1994, p.59), o aprendizado costuma se dar de maneira tão espontânea que a pessoa nem se dá conta de como aprendeu: “aprendi sozinho”, “aprendi vendo o povo fazer”, dizem.

Durante o processo de realização da produção artesanal da renda, não ocorre uma separação do saber sobre o fazer, mas sim uma junção das duas esferas. Faz-se necessário a utilização do domínio intelectual e também da técnica.

O artesão tradicional é o agente que conhece o meio onde se situa, domina técnicas para construir trabalhos manualmente e possui sensibilidade para criação. (VIVES, 1983, p.145)

Desse modo, a artesã expressa com as mãos aquilo que a sua capacidade inventiva concebe.

“O acabamento, ele é até mais importante que o desenho. É o principal.”²¹

²¹ Depoimento da rendeira Maria do Lauro realizado em 08 de outubro de 2009.

Conforme o depoimento da rendeira Maria, percebemos que o fundamental para a artesã não é a originalidade, o ser diferente, mas sim a busca pela perfeição. Porto Alegre (1994, p.109) salienta que, enquanto para alguns o trabalho artesanal representa apenas uma forma de sobrevivência, para outros pode adquirir outros sentidos, ser comparado à arte, explicado apenas por meio de um “dom” divino.

A fala da rendeira Maria do Lauro corrobora com o raciocínio da autora acima, mostrando que a invenção, a capacidade criativa do artesão, liga-se diretamente à necessidade de sobrevivência.

“Eu sei que a sobrevivência é uma coisa muito importante, Deus é muito maravilhoso, ele te dá o dom pra tudo.”²²

Cada artesã manifesta, através da atividade artesanal, expressões pessoais e afetivas que garantem a elas certa individualidade e originalidade, mas somente possível mediante o vínculo social. Cada uma delas desenvolve um estilo para a elaboração da renda, mas não deixa de ser influenciada por um padrão. Desse modo, o fazer renda revela sentidos e significados diferentes para cada rendeira, que está inscrita no mesmo meio de sociabilidade.

O fazer renda revela sentidos e significados diferentes para cada rendeira, que está inscrita no mesmo meio de sociabilidade.

Ao mesmo tempo em que a atividade artesanal é coletiva, pois é a marca de um grupo ou de um lugar, o artesanato é individualizado, pois a liberdade e a capacidade de gerar algo, o poder de criar e dar forma, é sempre único, determinado pelas “idéias na cabeça” no próprio artesão. (MENDES, 2009, p.67)

²² Depoimento da rendeira Maria do Lauro realizado em 08 de outubro de 2009.

Dentre as cinco artesãs entrevistadas no Centro das Rendeiras da Prainha, três delas (D. Elizabete, D. Maria e D. Olenir) desenvolvem os desenhos no papelão, incorporando o novo à tradição que, em permanente mutação, reatualiza a criação da renda de bilros.

O processo criativo dessas artesãs também pode ser definido pela inteligência, imaginação e inspiração, passando pelo constante manuseio que elas têm com seus artefatos e pelo domínio do saber-fazer.

A criatividade é intimamente vinculada ao trabalho humano, ou seja, os processos criativos surgem dentro dos processos de trabalho, nesse fazer intencional do homem que é sempre um fazer significativo. Duvidamos da necessidade de que as pessoas tenham que competir entre si, primeiro: para querer trabalhar, e segundo: para querer dar o melhor de si. (OSTROWER, 1987, p.142)

Em contato constante com o universo do seu trabalho, as artesãs encontram as diversas variações que a criatividade se une à melhoria do seu trabalho, enxergando soluções às problemáticas encontradas.

“Às vezes assim dá uma confusão, aí eu guardo, aí daí um pedacinho eu vou de novo, nem sempre sai na hora que eu quero.”²³

“Chegou uma moça aqui com um desenho rabiscado [referindo-se a uma estilista que a procurou], ela queria algo que parecesse com aquilo, mas não sabia como, pediu pra eu pensar ali dentro. Eu passei três dias e três noites quebrando a cabeça pra construir o desenho no papelão.”²⁴

“Eu durmo é tarde, depois de meia-noite, eu fico criando no papelão. Artista num cria nas horas que ta sozinho. A noite é melhor da gente pensar, a televisão fica ali parada e eu fico com a cabeça longe.”²⁵

²³ Depoimento da rendeira Elizabete realizado em 16 de outubro de 2009.

²⁴ Depoimento da rendeira Maria do Lauro realizado em 08 de outubro de 2009.

²⁵ Depoimento da rendeira Olenir realizado em 11 de novembro de 2009.

Nos depoimentos das rendeiras, é possível perceber o constante ato de experimentar o criar e as tentativas baseadas na capacidade de intuir, mesmo que inconscientemente, o momento da criação.

Não há como a inspiração possa ocorrer desvinculada de uma elaboração já em curso, de um engajamento constante e total, embora talvez não consciente. O indivíduo não precisa 'buscar inspiração'. Ele se apóia em sua capacidade de intuir nas profundezas de concentração em que elabora o seu trabalho. (OSTROWER, 1987, p.72)

Mesmo quando se chama a atenção para a agilidade e a habilidade manual dos artesãos, é impossível negarmos o legado da criação dentro da atividade produtiva. Habilidade, qualidade e criatividade fazem parte da construção de artefatos feitos manualmente.

No livro *a produção social da arte*, a autora defende que a atividade criativa ou inovadora está presente em todas as áreas da vida social e pessoal. (WOLFF, 1982, p.14). A criação, dessa maneira, se faz presente na atividade artesanal das rendeiras. Não há uma oposição entre o tradicional e o novo, a tradição e a criação caminham lado a lado, não permanecendo inertes, nem remetendo exclusivamente ao passado. As relações sociais modificaram-se, alterando a produção dos objetos artesanais. É importante salientarmos as transformações ocorridas, mas torna-se incoerente pensarmos em algo puro e imutável.

Considerações finais

O artesanato é uma atividade que persiste no Brasil, e uma grande parte desse rico legado encontra-se na região Nordeste. No Ceará, existe uma vasta produção artesanal em diversas tipologias.

É importante salientar que o enfoque deste trabalho consistiu na abordagem do processo criativo desenvolvido pelas artesãs da Prainha, analisando o ato de criar das rendeiras com suas ligações afetivas e sociais, um emaranhado de detalhes e histórias que cercam este criar tão específico.

O artesanato, enquanto elemento da cultura material detém uma série de reflexões relacionadas ao seu papel na sociedade contemporânea. Entre eles, podem-se destacar os aspectos sociais e sua identificação como “bem de consumo” que agrega uma série significados, valores culturais e referências simbólicas.

Referências bibliográficas

BOSI, Alfredo (Org.). **Cultura brasileira: temas e situações**. São Paulo: Editora Ática, 1987

CARVALHO, Gilmar de. **Ceará feito à mão: artesanato e arte popular**. Fortaleza: Terra da luz Editora, 2000.

FLEURY, Catherine Arruda Ellwanger. **Renda de bilros, renda da terra, renda do Ceará: a expressão artística de um povo**. São Paulo: Annablume; Fortaleza: Secult, 2002.

MENDES, Francisca R. N. **A louça de barro do córrego de areia: tradição, saberes e itinerários**. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Universidade Federal do Ceará - UFC, 2009.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. Petrópolis: Vozes, 2008.

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Tecidos: histórias, tramas, tipos e usos**. São Paulo: Editora Senac, 2004.

PORTO ALEGRE, Sylvia. **Mãos de Mestre: itinerários de arte e tradição**. São Paulo: Maltese, 1994.

VIVES, Vera de. **O artesão tradicional e o seu papel na sociedade contemporânea**. Rio de Janeiro: FUNARTE/Instituto Nacional do Folclore, 1983.

WOLFF, Janet. **A produção social da arte**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1982.

Recebido em: 14/10/2010

Aprovado em: 11/03/2011

Perfil das rendeiras entrevistadas

1.1 Elizabete de Castro

Elizabete de Castro nasceu na Prainha. É filha de pescador e rendeira. Desde 11 anos trabalha na almofada, aprendeu vendo sua mãe fazer renda. Aos 54 anos, a artesã já trabalhou em outros locais, mas nunca deixou de fazer renda. Ela aprendeu a desenhar²⁶ sozinha no mesmo momento em que aprendeu a fazer renda, um processo de descoberta durante a infância. Ela trabalha na almofada, desenha e desenvolve novos produtos e vende os desenhos para as colegas dentro do Centro das Rendeiras.

1.2 Francisca Olenir da Silva Vieira

Francisca Olenir da Silva Vieira nasceu na Prainha. Filha de pescador e de rendeira, ela aprendeu o ofício com mãe aos sete anos de idade. Hoje, aos 57 anos, com 50 anos de experiência na arte de fazer renda, defende a importância e as melhorias com a construção do Centro das Rendeiras da Prainha. Já foi presidente da Associação das Rendeiras²⁷, participou de projetos e cursos trazidos pela Associação, aprendeu a desenhar dentro de um curso realizado no Centro. Hoje, além de fazer a renda, ela também desenvolve o desenho.

1.3 Maria Cunha Henrique (Dona Santa)

²⁶ O termo “desenhar” é característico da oralidade das artesãs. Neste caso, significa o processo de elaboração de novos modelos de renda de bilros.

²⁷ A Associação das Rendeiras da Prainha surgiu no final da década de 1980, dez anos após a criação do Centro das Rendeiras, com o intuito de manter a ordem e a organização necessária para o bom funcionamento e o bom convívio de todas as artesãs.

Maria Cunha Henrique, conhecida por Dona Santa, nasceu na Prainha, “filha de pescador legítimo e rendeira legítima”, como ela mesma fala. Aprendeu a fazer renda aos 10 anos com a avó, pois sua mãe não tinha muita paciência para ensiná-la. O apelido “Santa” veio quando criança: a mãe dizia que ela era muito calma, tímida, parecida com uma santa. Casou-se aos 18 anos com um pescador, que também é pedreiro. Hoje, com seus 73 anos, aposentada, continua a trabalhar na almofada e sonha em ficar velhinha fazendo renda. Ela afirma que nunca teve cabeça pra desenhar, gosta mesmo é de mexer e entrelaçar os bilros.

1.4 Maria Helena Caetano Ferreira

Dona Helena nasceu na Prainha, filha de agricultor e rendeira. Aos sete anos, aprendeu a fazer renda numa almofada de coco, brincando na infância. O marido trabalha como gari na Prainha. Hoje, com 59 anos, sente muito orgulho de ser rendeira, como ela mesma relatou: “não é todo mundo que sabe fazer renda, tem de ter capricho”. Já participou de projetos nacionais, chegando até a ir a São Paulo, representando as rendeiras da Prainha. Guarda com bastante orgulho o livro, fruto desse projeto, onde em uma das páginas há uma foto sua.

1.5 Maria Pereira da Silva (Maria do Lauro)

Hoje com 64 anos, a rendeira Maria trança²⁸ a renda desde os seis anos de idade, labor que aprendeu com a sua avó. Dona Maria é mulher de pescador, conhecida na comunidade da Prainha como Maria do Lauro. Com sabedoria, ela afirma que “a sobrevivência é uma coisa muito importante, Deus é maravilhoso, ele te dá o dom pra tudo”.

²⁸ Trançar é o ato de entrelaçar os bilros para a construção da renda.

Autorização para uso de entrevista e imagem

Eu, Elizabeth de Castro

portador do RG: 886127

e do CPF: 39026671334

residente Rua do Morro s/n

no município de Aquiraz (CE), autorizo a utilização de minha imagem e permito a publicação de minha entrevista, concedida a Ana Julia Melo Almeida, entre os meses de setembro/2009 e dezembro/2009, para fins acadêmicos.

Estou ciente e autorizo a publicação de minhas declarações e de minha imagem em meios impressos e/ou eletrônicos, em todo território nacional, por tempo indeterminado.

Aquiraz, 10 de Outubro de 2010

Elizabeth de Castro

Assinatura

Autorização para uso de entrevista e imagem

Eu, Francisca Olenir da Silva Vieira
portador do RG: 555 483
e do CPF: 09769846368
residente Rua Alto Alegre s/n

no município de Aquiraz (CE), autorizo a utilização de minha imagem e permito a publicação de minha entrevista, concedida a Ana Julia Melo Almeida, entre os meses de setembro/2009 e dezembro/2009, para fins acadêmicos.

Estou ciente e autorizo a publicação de minhas declarações e de minha imagem em meios impressos e/ou eletrônicos, em todo território nacional, por tempo indeterminado.

Aquiraz, 10 de Outubro de 2010

Francisca Olenir da Silva Vieira

Assinatura

Autorização para uso de entrevista e imagem

Eu, Maria Helena Caetano Ferreira

portador do RG: 889991

e do CPF: 30897912349

residente Rua da Iguapé, 22

no município de Aquiraz (CE), autorizo a utilização de minha imagem e permito a publicação de minha entrevista, concedida a Ana Julia Melo Almeida, entre os meses de setembro/2009 e dezembro/2009, para fins acadêmicos.

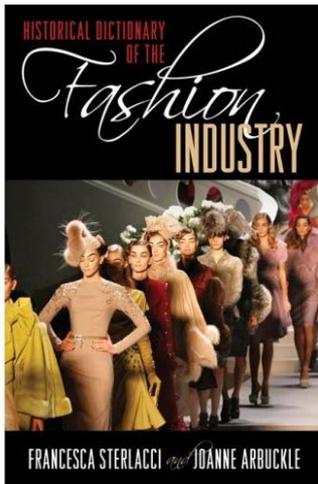
Estou ciente e autorizo a publicação de minhas declarações e de minha imagem em meios impressos e/ou eletrônicos, em todo território nacional, por tempo indeterminado.

Aquiraz, 10 de Outubro de 2010

Maria Helena Caetano Ferreira

Assinatura

Um dicionário histórico para a indústria da moda



Raphael Castanheira Scholl

Graduado em Design de Moda, mestrando em

Educação (PUC-RS)

E-mail: raphascholl@gmail.com

Resenha de STERLACCI Francesca, ARBUCKLE, Joanne **Historical Dictionary of the Fashion Industry**. Toronto, Scarecrow Press. 2008. 1ª edição, 488 páginas.

A moda possui uma linguagem própria e esta afirmação não é recente. Se assumirmos que a pesquisa histórica visa, antes de tudo, fomentar novos questionamentos, podemos situar a relevância da prática para todos que se envolvem, direta ou indiretamente, na criação e na produção de moda, não somente como uma técnica em si, mas como um campo científico. Cabe citar que, desde a publicação de *O Sistema da Moda*, de Roland Barthes, inaugurou-se um novo olhar, do ponto de vista semântico, para a moda, tratando-a como discurso.

Considerando que a moda produz sua linguagem, em um sistema de comunicação composto por termos e jargões próprios dos muitos ofícios que a compõem, fabricando gírias e maneiras de dizer e de se fazer entender, o objetivo dessa resenha é apresentar o “Dicionário histórico para a indústria da moda”, que reúne desde os neologismos, que surgem sazonais como as temporadas, até vocábulos dos fazeres e saberes da profissão há séculos.

O *Historical Dictionary of the Fashion Industry*, editado em 2008, ainda sem tradução em português, tem sido apontado como o mais completo dicionário de moda em língua inglesa até o presente momento. Nessa teia de significados, são introduzidos nos verbetes, os ícones históricos, as personagens que em suas trajetórias tornaram-se referências na evolução da moda e da indumentária, os diversos criadores, modistas, fotógrafos, marcas, silhuetas, objetos e figuras pertencentes campo imagético-conceitual da moda, em seu passado e na sua evolução na contemporaneidade.

O dicionário carrega a adjetivação de "histórico", pois diferencia-se de outras publicações, que apresentam-se sob formato de enciclopédia ou sob a forma de glossário, pois é delineado através de uma linha do tempo. As organizadoras Francesca Sterlacci e Joanne Arbuckle pontuam, de modo informativo e direto, sobre a influência do status social, das novas tecnologias e descrevem a moda atrelada ao seu contexto histórico e econômico, favorecendo um entendimento cultural acerca das tradições e das tendências do campo. Sugiro uma nota sobre quem são as organizadoras.

A primeira seção da obra apresenta uma lista de siglas das principais associações, organizações e sociedades ligadas ao design, à indústria têxtil e a moda (no mundo, no Canadá?). Na sequência, as autoras descrevem a evolução da moda e suas práticas no decorrer da história da humanidade.

Alison Lurie, autora de "A Linguagem das Roupas", propõe em sua obra, uma concepção de que a moda, bem como todo universo de signos relacionado a ela, existe não apenas em um sentido imagético, mas também como um discurso. Possuidor de um léxico próprio, de um vocabulário composto por diferentes "dialetos e sotaques", em uma analogia aos discursos humanos, em que certas línguas estão relacionadas entre si e outras são particulares de um determinado grupo ou local, a moda é então concebida como uma forma de expressão lingüística.

Essa produção de moda (como expressão lingüística?), seus expoentes e fundamentos ao longo da história da civilização alimentam, ainda nos dias de hoje, todo o mercado da moda, sustentam as autoras. Isso pode ser comprovado pelo retorno de costumes passados em coleções

atuais, que resgatam e reinterpretem manifestações culturais distantes do presente. Parecer faltar uma ligação entre os dois parágrafos.

Susan Sontag, na obra *Questão de Ênfase* (2005), tece algumas considerações sobre as ideias de Barthes sobre a moda e seu discurso próprio:

Essa categoria inclusiva ao mais alto grau é a linguagem, no sentido mais amplo de linguagem - que significa a própria forma. Assim, o tema de Sistema da Moda (1967) não é a moda, mas sim a linguagem da moda (...) Suposições desse tipo (o mito é uma linguagem, a moda é uma linguagem) tornaram-se uma convenção dominante, não raro redutora, no esforço intelectual contemporâneo.

Assim como afirma Sontag (2005) de que o esforço científico em compreender a linguagem da moda e suas vicissitudes se faz presente na atualidade, narrar um campo vasto e em constante mutação, em um único volume, seria uma tarefa impossível e, até certo ponto, indesejável.

Em relação a isso, as autoras, cientes da imensidão de dados que compilam o *ethos* da área, indicam recursos poderosos para a pesquisa de tendências em moda disponíveis na rede como, por exemplo: www.americanhistory.si.edu/collections/costume, www.apparelsearch.com, www.hoovers.com, www.fashiontribes.com, www.iconique.com, www.cfda.com, entre outros

Dicionários, em geral, tendem a ser entendidos como a reunião de vocábulos, utilizados para consulta esporádica e entediante, e cujos termos são próprios de uma área. Mas, no caso do livro em questão, a concisa introdução histórica da moda no Ocidente e no Oriente, as transformações nos fazeres e no consumo de moda conduzem o leitor rapidamente até o surgimento da indústria do vestuário na Idade Contemporânea.

Esse apanhado da indústria da moda, no qual se propõe o dicionário, preenche uma lacuna significativa para o campo enquanto ciência. Desde a necessidade primitiva do homem pré-histórico em cobrir-se de peles, dos egípcios envoltos em linhos e adornados com contas e pedras preciosas, uma interessante cronologia é apresentada, assinalando os principais marcos e evoluções, desde o ano 50.000 A.C até o século XXI.

As autoras citam nomes conhecidos e as tendências populares em destaque na atualidade, como o impacto da internet na cadeia produtiva, a emergência do *fashionismo* até a definição, por exemplo, do termo metrossexual. Além disso, há uma parte sobre principais escolas de moda no mundo, lista de museus sobre vestuário, costumes, moda, cultura e arte, etc.

Para compreender as referências diversas da moda, o *Historical Dictionary of the Fashion Industry* apresenta-se como um recurso particularmente interessante para estudantes, pesquisadores e professores, bem como ao público em geral. É de leitura agradável e, embora não esteja disponível em nosso idioma, é facilmente encontrado junto de livrarias especializadas ou mesmo sob encomenda.

REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. **O Sistema da Moda**. Lisboa: Edições 70, 1981.

LURIE, Alison. **A linguagem das roupas**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1997.

SONTAG, Susan. **Questão de Ênfase**: ensaios. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

STERLACCI Francesca, ARBUCKLE, Joanne. **Historical Dictionary of the Fashion Industry**. Toronto, Scarecrow Press. 2008. 1ª edição, 488 páginas.

“Estranhamente familiar”. O conhecido contido no desconhecido



Resenha de Holzmeister, Silvana **O Estranho na Moda**. Estação das Letras e Cores, 2010. 1ª edição, 132 páginas.

Paula Acioli*

Assim que peguei a minha nova edição da revista britânica I-D para ler, meu marido passou pela sala. Olhou curioso para a capa da publicação e me perguntou – Isso é uma revista de moda ou de medicina? De moda – respondi. Conceitual, mas é uma revista de moda. Incrédulo, meu marido saiu da sala balançando a cabeça com um sorriso torto.

A reação acima descrita, pode soar estranha ao leitor – que não viu a capa em questão – em se tratando de uma publicação especializada em moda. Mas uma vez a capa da revista sendo descrita, o leitor concordará que tanto a pergunta, quanto a “estranheza” causada pela capa procedem. Principalmente partindo de alguém leigo no assunto (moda) como é o caso de meu marido, um engenheiro de formação, que trabalha há décadas no mercado financeiro.

* Mestre em Moda, Cultura e Arte, pelo Centro Universitário Senac – SP; Bacharel em Design e Comunicação Visual pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e especialista em moda pelo London College of Fashion. Idealizadora e Coordenadora Acadêmica do curso de Gestão em Negócios no Setor da Moda, da FGV/RJ é autora de livros e publicações especializadas no assunto.

A capa em questão trazia a imagem do rosto de uma modelo (?) coberto por hematomas, bandagens, gaze e muito esparadrapo. Nada que, nem de leve, lembrasse uma *glossy magazine*.

Afinal, seria mesmo aquela I-D, uma revista de moda ou de medicina? A sensação de incômodo que a imagem da capa produziu seria uma nova leitura para o glamour, ou seria uma visão bizarra e crítica da moda? Seria aquela modelo – literalmente - uma *Fashion Victim*?

O episódio passou. O tempo passou. E algum (muito) tempo depois desse episódio, aquela questão inocentemente surgida em uma manhã de domingo, aquele desconforto transmitido por uma imagem repulsiva há muitos anos atrás, parecem estar sendo finalmente tratados com a devida atenção no livro *O Estranho na Moda*, de Silvana Holzmeister, recentemente lançado pela editora Estação das Letras e Cores (SP)

Folheando despreziosamente o livro (antes mesmo de iniciar a leitura que me conduziu a essa resenha) logo fui fisgada por uma frase de Roland Barthes que acabei sublinhando para não me esquecer, pois seu conteúdo explica, claramente, o desconforto sentido pelo meu marido ao observar a imagem de capa daquela edição da revista I-D: “a impotência em nomear é um bom sintoma do desconforto”.

Tal capa – que mostra a imagem de uma modelo que nos remete a uma boneca quebrada, semi-destruída e abandonada por sua dona em um canto qualquer da casa – já provoca uma sensação de desconforto no leitor. Excelente maneira de chamar a atenção para uma questão que será devidamente explicada pela autora (através de excelentes exemplos), ao longo dos sete capítulos que compõem a obra.

Também em sua introdução – Universo feito de extremos, quando passeia pelos anos 1990 – uma década amalgamada pela (até então) improvável estética “*decadence avec elegance*” – que se opunha aos exageros cometidos pela moda na

década de 1980 – Silvana parece acertar: provoca o interesse do leitor e sinaliza a rica reflexão sobre os opostos existentes na (sempre) breve e conturbada vida da moda, que proporá nos sete capítulos que compõem a obra.

De sua introdução até o capítulo final, “Fim ilusório”, questões relevantes acerca dos conceitos “estranho” X “familiar” no universo da moda serão abordadas de forma original, e muito bem fundamentada. Fatos e acontecimentos do presente e do passado são, a todo momento, costurados de modo a permitir que o leitor compreenda através de textos ou de imagens, como a moda, além de se alimentar vorazmente da novidade, da vaidade e do glamour, alimenta-se de forma igualmente voraz, do estranho e do bizarro. É como se, finalmente, a máscara da moda caísse em pleno baile e, para surpresa dos seletíssimos convidados um rosto – cheio de cicatrizes, feridas e imperfeições – muito diferente daquele que todos já estavam acostumados a admira – surgisse, causando espanto e repulsa. É como se o lado mais sombrio da moda fosse revelado, de forma inquestionável> Desagradando a uns, mas (estranhamente) agradando a outros tantos.

Em seu livro Silvana parece conduzir o leitor ao raciocínio que o levará a compreender não apenas as origens do lado mais sombrio da moda, mas também a sua influência estética e seus desdobramentos ao longo de diversos períodos da história. Da Antiguidade Clássica aos dias atuais.

Se o homem nasce, cresce, reproduz, amadurece e morre, assim também é a moda. Mas a natureza humana, além de ambiciosa é teimosa, é desafiadora: quer vencer o único empecilho à sua eternização – a morte – e se perpetuar de alguma forma. Quer se reproduzir, se replicar. Assim também é a moda. Por não se conformar com sua condição de mortal, e resistir à idéia da finitude, o homem luta para se tornar – e às suas capacidades – eterno. Desde a Antiguidade até os dias atuais, homem tenta (re)criar-se e replicar-se a todo momento. Reproduz suas formas em esculturas, sua voz em aparelhos. Cria bonecas à sua imagem e semelhança, e Ciborgues à semelhança de sua ousadia e tecnologias disponíveis.

Reverencia e cultua a juventude até onde pode. Mas o homem não consegue deixar que sua imagem se liberte de algo ao qual estará eternamente acorrentada – o tempo. Em uma passagem do primeiro capítulo, a autora menciona que é preciso lembrar que a moda sempre exerceu caráter de termômetro de sua época e cita Barthes, que, ainda segundo a autora, aplica à informação visual o mesmo princípio quando afirma que “A imagem veicula fatalmente outra coisa que não ela mesma, e essa outra coisa não pode deixar de ter relação com a sociedade que a produz e a consome”. Afinal somos criadores, mas também criaturas.

Ao longo de toda a obra, Silvana demonstra através de exemplos diversos, a inevitável relação entre imagem e tempo; e a importância dessa relação como provocadora para o surgimento de novas estéticas. Sejam elas tendências ou contratendências de moda.

O livro é fartamente servido de excelentes referências e fontes, unindo o melhor do mundo acadêmico, ao artístico e empresarial. O que demonstra a facilidade com que Silvana transita entre os diferentes campos de conhecimento e sua habilidade em criar um texto de alto nível acadêmico e ao mesmo tempo didático. Autores de grande prestígio como Walter Benjamin, Roland Barthes, Jean Baudrillard, Edgar Morin, Diane Crane, Nízia Villaça e Eliane Robert de Moraes, entre outros; textos, citações e imagens em publicações especializadas – como as britânicas *The Observer Magazine* e *Dazed & Confused* – criadores e designers como Thierry Mugler, Alexander McQueen, Hussein Chalayan ou Alexandre Herchcovitch; artistas plásticos e fotógrafos com estética perturbadoramente vanguardistas como Michael Baumgarten e Andrea Giacobbe enriquecem o texto do livro que se inicia e se encerra com uma análise sobre a importância dos anos 1990.

De fato, a última década do século XX e a primeira década do século XXI, são cenários essenciais na narrativa dessa obra. O mergulho da autora em ambos os períodos é fundamental, pois é justamente nessa transição entre séculos que o estranho na moda passa a ser “estranhamente familiar”.



Sobre flores que falam entre si

Luz García Neira*

Resenha de Garcia, Carol. **Imagens errantes: ambiguidade, resistência e cultura de moda.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

Produzido a partir de tese defendida na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo em abril de 2010, o livro *Imagens errantes: ambiguidade, resistência e cultura de moda*, que foi editado pela *Estação das Letras e Cores* no mesmo ano, inaugura, no Brasil, a problemática dos têxteis no campo da comunicação de moda. Não é a primeira tese nem o primeiro livro sobre o assunto têxteis, porém é o que, ao assumir a abordagem da comunicação, não dá aos têxteis o papel de mensagem, mas o de uma mídia que permite que a reflexão os compreenda como processos de moda e não somente como um de seus produtos. Assim, o que distingue essa pesquisa das que a antecederam, e provavelmente faz cumprir seu papel de inovação como tese acadêmica, é a luz que incide sobre seu objeto: com foco na problemática da comunicação contemporânea, a análise não divide, não separa e não classifica a produção têxtil segundo nomenclaturas estáticas e catalográficas; ao contrário, propõe a compreensão das trocas, das

* Técnica têxtil (Senai-SP), licenciada em artes plásticas (Faculdade de Belas Artes de São Paulo), mestre em ciências da comunicação (ECA-USP) e doutoranda em arquitetura e urbanismo (FAU-USP), onde desenvolve pesquisa sobre o desenvolvimento e consolidação do design de têxteis no Brasil. É docente no Centro Universitário Senac e, atualmente, participa do projeto de pesquisa de Renovação dos Ambientes do Museu Casa de Rui Barbosa (RJ), atuando na investigação sobre têxteis históricos. Contato: design.textil@uol.com.br.

relações e dos empréstimos entre as imagens presentes nas espécies têxteis “de aqui e de lá”.

A publicação conta com onze capítulos, considerando-se os pré e os pós-textuais, nos quais Carol Garcia tem a colaboração de diversos amigos ou “companheiros de viagem”, mas o coração da obra está nos quatro capítulos centrais, iniciando-se a partir do momento em que a autora coloca seus objetivos em ***Não prometo um mar de rosas***, onde introduz seus conflitos e aponta os caminhos que percorrerá para resolvê-los. Afirma Carol Garcia: “***Imagens errantes*** objetiva desvendar de que maneira e em que medida as imagens-***souvenir*** incorporadas por viajantes são apropriadas e deslocadas pelo design de superfície que se concentra em adornos florais. De que forma essas imagens estabelecem vínculos comunicacionais com consumidores cujo deslocamento presencial e consequente acesso a tais significados é mediado por corpos em constante trânsito? Como a movimentação dos têxteis no tempo e no espaço contribui para a pós-vida das imagens, ao mesmo tempo em que acelera processos de iconofagia e estabelece vínculos comunicativos entre consumidores e o mercado global?” (p. 28)

A forma encontrada para tratar tais questões caracteriza-se pelo entrelaçamento da experiência da observação *in loco*, durante as viagens de pesquisa, de têxteis e indumentárias, e dos contextos nos quais circulam, com o aporte teórico das ciências da comunicação, de teorias da imagem e da análise do consumo como prática cultural. As referências mais recorrentes são Norval Baitello Jr. (seu orientador de doutorado), Harry Pross (para as ciências da comunicação) e Aby Warburg (como estudioso das imagens); porém, sua bibliografia é, obviamente, muito mais ampla e, de forma louvável, pode ser conhecida em detalhes e sem economia editorial no capítulo ***Pontos de partida*** (pp. 147-158).

O argumento propriamente dito começa a ser tratado em ***Tecido como mídia***, onde é postulada sua principal aposta teórica no campo das ciências da

comunicação. Carol Garcia utiliza-se da tese de Harry Pross, comunicólogo alemão, que “[...] propõe uma classificação do sistema de mediação a partir de três grupos distintos: mídia primária, mídia secundária e mídia terciária” (p.38). Classifica, segundo essas premissas, os tecidos como mídia secundária, uma vez que exercem um papel de suporte para a comunicação além dos limites determinados pela vida do corpo humano, mídia primária por excelência. Uma vez que os têxteis circulam, transitam, se afastam e vivem em alguma medida, eternizando-se além do corpo, essa mídia garante a nossa pós-vida, expandindo, no entender da pesquisadora, fronteiras espaço-temporais.

Além dessa questão central, o capítulo se dedica também a ampliar o papel dos têxteis para além do individual e do local, explicando que é justamente por meio das viagens que essas imagens impressas nos têxteis experenciam que é possível que se mantenham vigorosas, sendo apropriadas e transformadas, tanto por produtores quanto por seus novos usuários, em aspectos práticos e simbólicos. Assim, antes de adentrar aos exemplos, esse capítulo cumpre o papel de definir de forma precisa a colocação da autora.

No capítulo seguinte, *Buquê iconofágico*, são apresentadas ao leitor distintas experiências de produção de tecidos estampados florais em diferentes lugares, começando, obviamente, pelo Brasil, e passando por Portugal (com ênfase nas chitas de Alcobaça), Índia e México, sem ter a intenção de construir uma narrativa histórica e cronológica ou destacar eventos especiais, demonstrando que esses têxteis fazem parte do cotidiano dos indivíduos que os produzem ou que deles se apropriam. Ao apresentar diferentes contextos onde propostas têxteis com certo parentesco são encontradas, a autora consegue destacar o forte conteúdo simbólico dos têxteis e, ao mesmo tempo, tratar de sua utilização de maneira mais abrangente pela cultura de massa. Em suas descrições e análises, destacou de forma particular a experiência mexicana, rica em técnicas, nomenclaturas, cores, usos e significados tão distintos dos que conhecemos, demonstrando nossa

ignorância e desconhecimento das práticas culturais latinoamericanas. É nesse momento que mais se sente a ausência, no livro, de imagens ricas e coloridas, como as que a autora descreve em detalhes.

Em *Imagens pret-à-porter*, a autora diz que “[...] ao mapear as andanças da estamparia floral, observamos que os tecidos vão estabelecendo vínculos comunicativos entre as várias culturas e os viajantes que nelas circulam” (p.113). Com o apoio da bibliografia selecionada, explicam-se processos de aculturação não somente como táticas de sobrevivência às práticas dominantes, mas, principalmente, como os têxteis se adaptam e sobrevivem a pressões, transportando continuamente seus primeiros significados, o que os mantêm vivos. O leitor compreende como os subprodutos de moda usufruem do poder de vínculo comunicativo dessas imagens de origem, que transitam entre diferentes culturas, adequando-se às exigências do mercado global.

No capítulo que finaliza as questões postas inicialmente, *Retidos na aduana*, conclui-se que em alguma medida as imagens nos têxteis são vencedoras da morte (daí a pós-vida anteriormente mencionada), por sua contínua capacidade de reativar mitos e intensificar a energia simbólica, o que teria começado com as Grandes Navegações, potencializado-se com a transformadora industrialização do século XIX e ampliado seu poder com “[...] a indústria do turismo, da moda e do consumo de *souvenirs* por parte dos viajantes” (p.138). Assim, não é difícil que a obra nos auxilie a entender que os têxteis merecem ser pensados à luz das ciências da comunicação, o que contribui com novas explicações sobre o fenômeno da moda amplamente, tanto em redutos particulares quanto no ambiente global sem datação.

O trabalho é amplo, articula uma bibliografia densa, especialmente no campo da comunicação; portanto, é impossível decifrá-lo em uma única leitura. A utilização de bibliografia inovadora, que nos apresenta mais de quinze autores latinoamericanos ou que se interessam por esse território é um diferencial

importante, que nos estimula a pesquisar referências bibliográficas além dos autores mais traduzidos para a língua portuguesa ou que têm mais aceitação entre nós. Entretanto, para que o livro possa ser utilizado em toda sua potencialidade como apoio aos componentes curriculares do design têxtil e da tecnologia têxtil – tão carentes de bibliografia em língua portuguesa, principalmente em debates contemporâneos como este –, é imprescindível a contribuição de referências bibliográficas legitimadas no campo da técnica e da história da estamparia têxtil (para isso nada melhor que os ingleses), ao invés de trabalhar prioritariamente com fontes secundárias. Seriam evitadas interpretações equivocadas por parte do leitor, como as que podem advir do uso de expressões como “redesign estratégico das chitas alcobacenças” (p.71) ou “chitas de algodão com estampas industriais” (p.132), além do uso dos verbetes “panos” ou “tecidos” de forma aparentemente livre de significado específico, assim como do paradoxo da expressão “seus povos já teciam algodões estampados” (p.72). Há algumas melhorias a serem feitas na definição da técnica do estêncil (p.55), do uso dos mordentes (p.64) e da tradução do espanhol de “estampas florais feitas com técnica de rolo ou selo” (p.51). Além desses, a explicação da unidade de medida “varas” (p.94) que é usada no México, também consta no vocabulário oral do comércio têxtil no Brasil novecentista.

Como valor poético que traz à obra a personalidade de Carol Garcia, destacam-se os nomes dado aos capítulos, que usam metáforas para remeter-nos à experiência das viagens, o que faz com que cada um deles se coloque com uma questão a ser respondida no decorrer da leitura. Esse batismo inusitado em relação aos conteúdos dos capítulos nos permite compreender de forma lúdica a ideia de referências, tendências, releitura, tema e tantos outros vocábulos com os quais qualquer estudante de moda familiariza-se prontamente sem pensá-los como processos culturais.

A ausência de imagens e fotografias coloridas dos tecidos, roupas, bazares, lojas e da experiência em si, constitui uma perda importante, uma vez que as

imagens são produtoras de sentido e não meras ilustrações de uma narrativa. Ao vê-las, o leitor com certeza faria suas apropriações, rejeições e uma nova leitura e, assim, não estaria sujeito unicamente à interpretação da autora, comprovando, inclusive, sua tese. É com essa mesma visão que se observa que o projeto gráfico do livro (a capa, as cores do miolo, a tipografia e as obras de diferentes autores publicadas a cada capítulo) atende à significação de um livro de memórias de viagem autoral, sem nos remeter à paisagem floral dos têxteis estudados por Carol Garcia.

Para que a obra possa ser uma referência bibliográfica obrigatória nas áreas de design, moda e correlatas, tanto para aqueles que vislumbram tanto a carreira acadêmica como a profissionalização na área de moda, é importante realizar uma revisão técnica da área de design e têxtil. Possivelmente, as imprecisões ao longo da narrativa decorrem da formação da autora, que se deu no campo da comunicação, de acordo com sua apresentação nos capítulos ***Sobre a viajante*** e ***Sobre as malas***. Essas observações pontuais decorrem do olhar técnico sobre o objeto têxtil e em nada desqualificam o problema colocado em discussão no campo das ciências da comunicação e tão bem solucionado pela autora.

Carol Garcia obteve sucesso ao transitar entre costumes locais e fenômenos de consumo globalizados, atualizando o tema entre nós e demonstrando que a discussão a respeito das práticas artesanais e suas relações com processos industriais ainda está longe de se esgotar. Escapar da tentação de tratar cada tecido e sua ornamentação como um objeto em si mesmo, no qual as categorizações seriam importantes, e apostar em colocá-los à disposição do humano em cada contexto, fez com que em seu livro não se manifeste a preponderância nem da abordagem externalista (como o meio influencia a produção e o consumo têxtil), nem tampouco da internalista (o que há no têxtil em si mesmo que o coloca em uma ou em outra posição em sentido definitivo) das

imagens dos têxteis, privilegiando as inúmeras trocas sociais ao seu redor e indicando que é possível explorar esse assunto ainda mais.

A temática é importante e necessária em nossos tempos, uma vez que, cotidianamente, imagens e nós mesmos não escapamos do contínuo trânsito em tempo e espaço. Dá-se um importante passo em direção à compreensão de nossa cultura imagética e, em especial da têxtil, pois, de início, Carol Garcia não teme em desmitificar-nos: “A estamparia da chita nacional, por respeitável que seja, não é, portanto, exclusivamente brasileira” (p.77). Essa frase coloca-nos mil perguntas e nos conduz a um apelo aos pesquisadores, para que deem mais evidência a essa espécie material em suas pesquisas, e às editoras, para que, assim como a ***Estação das Letras e Cores***, abram espaço para a publicação de estudos que começam a se revelar cruciais para a compreensão da cultura da moda e do design no Brasil.

STAM

Bruna Corrêa White Lima*
Suzana Lefèvre*

STAM é uma reedição de um vídeo anterior do grupo formado pelos alunos de Artes Visuais - Bruna White, Felipe Zin, Guilherme Jacondino e Suzana Lefèvre - que buscava enfatizar o caos da cidade de São Paulo.

As imagens do vídeo, capturadas através de celular, foram registradas por estes alunos que exploraram a Zona Sul de São Paulo com o intuito de se aprofundarem na cultura e na rotina dessa região. Além de passar pelo procedimento de exploração do ambiente e registros, o grupo de alunos se propôs a editar essas imagens dando forma e conceito ao vídeo que explora a linguagem visual de sobreposição de imagens.

Esta edição final buscou incorporar ao trabalho uma experiência vivida por alguns integrantes do grupo ao participarem do projeto internacional ID Bairro SP 01 – seminários e oficina de projetos, 2010. A participação neste projeto proporcionou uma vivência e estudos sobre a cultura do grafite no bairro de Santo Amaro, São Paulo.

STAM evidencia flashes que registram caminhos percorridos, registros do grafite da Zona Sul de São Paulo, um pouco da rotina de alguns moradores da região e uma breve passagem no ateliê do grupo Imagem que atua e convive na Zona Sul.

[Assista o Vídeo](#)

* Alunas do sétimo semestre do curso de Bacharelado em Design com Habilitação em Artes Visuais.

CIDADES CRIATIVAS - BURILANDO UM CONCEITO EM FORMAÇÃO

Ana Carla Fonseca Reis*

RESUMO

Este artigo visa a abordar as razões pelas quais o termo "criativo" alcançou proeminência em tempos recentes, explicitando o que se entende por economia criativa e por um termo ainda mais embrionário, o de cidades criativas. São analisadas suas características e seu potencial para o Brasil, com base na referência a uma revisão conceitual e a exemplos práticos no contexto mundial.

* Administradora Pública pela FGV/SP; Economista, Mestre em Administração de Empresas e Doutoranda em Urbanismo pela USP; consultora e conferencista internacional, tendo palestrado em 21 países. É autora ou editora de oito livros e sócia diretora da empresa Garimpo de Soluções - economia, cultura & desenvolvimento.

CREATIVE CITIES – FINETUNING A CONCEPT IN PROGRESS

Ana Carla Fonseca Reis*

ABSTRACT

This article aims to approach the reasons why the term "creative" reached a new level of importance over the past few years. It explores the meaning of creative economy and of an even more recent concept, "creative cities". The article analyses its main features and its potential to Brazil, based on a conceptual review and practical examples in the global context.

* Administradora Pública pela FGV/SP; Economista, Mestre em Administração de Empresas e Doutoranda em Urbanismo pela USP; consultora e conferencista internacional, tendo palestrado em 21 países. É autora ou editora de oito livros e sócia diretora da empresa Garimpo de Soluções - economia, cultura & desenvolvimento.

No último par de décadas, temos acompanhado uma profusão de adjetivos ligados ao mundo da criatividade - indústrias criativas, economia criativa, classe criativa, cidade criativa. Mas, se a criatividade sempre moveu o mundo - graças a ela inventamos a roda, descobrimos o fogo, passamos a desenvolver linguagens e comportamentos que impulsionaram o desenvolvimento humano -, por que agora assume outra prevalência?

A respaldar essa propulsão há uma convergência de fatores - a globalização, provocando ressignificações identitárias; as mídias digitais, tornando o mundo mais próximo e ampliando os universos individuais; a aceleração de fluxos financeiros e tecnológicos em escala global, a fragmentação das cadeias de produção entre países, a redução dos ciclos de vida dos produtos, a padronização de bens e serviços. Alguns resultados advêm dessa confluência de tendências, consolidadas ou em desenvolvimento. Entre eles, a emergência de novos paradigmas econômicos (a economia criativa, tendo por fulcro os ativos intangíveis, dentre os quais a cultura) e modelos de análise e entendimento do ambiente urbano (a cidade criativa).

Para alguns, a cidade criativa é uma cidade global, conectada ao circuito mundial, em suas várias dimensões: financeira, econômica, turística, cultural etc.. Para outros, a cidade criativa é uma cidade caracterizada pela maior presença relativa de pessoas atuantes em setores que demandam maior criatividade (as indústrias criativas, nas quais também se inseririam todos os setores culturais). Chega-se mesmo a sugerir que as pessoas empregadas nesses setores - a "classe criativa" - apresentam características peculiares, de mobilidade e independência, que lhes permitiriam ter mais autonomia na decisão de onde querem morar (o que é fato, dentro de certos limites - a começar pela situação familiar). Neste quadro, cooptar para a cidade o maior contingente possível de membros da classe criativa passa a ser a meta máximas - e a cidade se põe à disposição de seus desejos e aspirações, como um adolescente que

tenta ao máximo se transformar na figura idealizada pela jovem amada. Mas seria isso legítimo ou sustentável? Há controvérsias...

Para outros, ainda, a cidade criativa seria uma na qual viceja a economia criativa. Seriam, portanto, locais que abrigam uma participação econômica mais pronunciada das indústrias criativas - artesanato, patrimônio, indústrias culturais, moda, design, arquitetura, propaganda, *software* de lazer e outras, a depender do contexto econômico local, que poderíamos dizer que bebem cultura, para elaborar e devolver funcionalidade. São, assim, bens e serviços diferenciados, com valor agregado e capacidade de impactar em setores tradicionais da economia, tornando-os também mais competitivos - a exemplo do encadeamento entre moda e têxtil, design e setores vários, etc.

Como se nota, o termo "cidade criativa" não alcança unanimidade - o que é instigante por si e nos franqueia a possibilidade de cunhar uma definição própria, respaldada pela busca propulsora de desenvolvimento, de novos arranjos de governança e de qualidade de vida.

Debate ainda embrionário, de contornos fluidos e permeáveis, esse que envolve as cidades criativas; e que traz em sua essência uma questão fundamental: a da criatividade humana, com uma miríade de rebatimentos culturais, econômicos, sociais. Talvez a maior contribuição de toda a ampla questão que envolve o novo enfoque sobre a criatividade seja perceber que, no âmago de tudo, reside a capacidade criativa do ser humano. Com isso, abrem-se as portas para o surgimento de novas soluções, de novas profissões e de novos desenhos de urbanos, transformando nossas cidades fragmentadas em espaços mais convivíveis e alinhavando tecidos sociais ergarçados.

Diante da torre de Babel que se instala, vale mencionar alguns estudos emblemáticos, por destrincharem esses conceitos ainda maleáveis e trazerem ilustrações de sua aplicabilidade prática.

Com base em artigos escritos por 18 autores de 13 países (Reis, 2009), é possível detectar que, independentemente da escala, do histórico e do contexto

socioeconômico, uma cidade criativa apresenta três características fundamentais (Reis, 2011). A primeira delas é sua capacidade de produzir inovações. Inovações, aqui, não se restringem às que ocorrem em laboratórios ou polos tecnológicos, como *clusters* criativos ou versões variadas de um Vale do Silício. São inovações das mais variadas ordens, inclusive inovações sociais, como as que pululam em nossas cidades, inventando soluções para problemas os mais diversos - por pura e simples falta de opção. Inovações são criatividade posta em prática, com vistas a atingir fins específicos e objetivos.

Muitas inovações florescem nas periferias urbanas, com enorme potencial de aplicação a outras áreas, com as quais compartilham necessidades e ambições. Exemplo disso são as formas inusitadas e criativas de soluções de problemas que têm surgido nas favelas pacificadas do Rio de Janeiro. Nessas regiões, oferecer serviços básicos, gás, eletricidade e saneamento básico, exige novos modelos de negócios e até mesmo novas operacionalizações, como carros adaptados ao traçado viário tortuoso e estreito, para garantir a coleta de lixo. Em outras ocasiões as inovações advêm de mudanças de olhar sobre o que sempre esteve ali - mas ninguém havia visto. Um desses casos nos chega de Bergen, cidade norueguesa às portas dos *fjords* e que por séculos se ressentia de um fato incontrolável: a frequente chuva que caía sobre a mimosa cidade, afungentando os turistas. Diante da iminência de carência de água potável em escala mundial, o que era um problema se converteu em uma solução. O excesso de água é agora bem-vindo, tendo movido a cidade a pensar em uma nova forma de aproveitamento desse recurso abundante.

As inovações refletem, portanto, uma mudança de olhar; uma cidade criativa está em permanente busca de algo novo, impensado, interessante, o que lhe dá uma ambiência de viver em estado de transformação. E quem não gosta de viver em uma cidade na qual tudo parece ser possível, na qual problemas são resolvidos de formas surpreendentes e criativas?

A criatividade e a inovação independem, assim, da escala da cidade. Pequenas cidades criativas podem ser efervescentes de inovações adequadas ao seu contexto. Essa é uma questão fundamental, se quisermos tratar com seriedade a proposta de desenvolvimento. De toda a miríade de definições acerca de desenvolvimento, uma das mais emblemáticas nos chega de Amartya Sen, economista indiano agraciado com o Prêmio Nobel de Economia, em 1998. Para Sen, que desde sempre se inquietou com as relações entre ética e economia, desenvolvimento requer a ampliação das liberdades de escolha (Sen, 2004). É desenvolvido um povo, um país ou uma pessoa capaz de tomar suas decisões de forma refletida, o que exige acesso a informações, capacidade de raciocínio, liberdade de ação e as condições para que essas condições sejam apresentadas.

Pois bem, nossas pequenas cidades, que abrigam até 50 mil habitantes, representam desde 1950 cerca de 90% dos municípios brasileiros (IBGE). A população que nelas vive, porém, decresceu de ao redor de dois terços de brasileiros, em 1950, para um terço, em 2000. A questão de fundo é se as pessoas deixam seus locais de origem por escolha ou por entenderem que não lhes resta opção. Neste caso, criar um ambiente no qual elas possam permanecer e se realizar é fundamental - e fomentar ambiente inovadores, capazes de lançar novos olhares sobre questões quotidianas, pode ser de grande auxílio nesse processo.

Porém, se as inovações caracterizam uma cidade criativa, são condições necessárias, mas não suficientes para atribuir-lhe tal título. A segunda característica de uma cidade criativa são as conexões, de ordens profundamente variadas. São conexões, primeiramente, entre áreas da cidade. Tendemos a viver em espaços muito reduzidos, diante do mapa que caracteriza os espaços urbanos. Um exercício interessante é pedir aos presentes em uma sala que desenhem um mapa de sua própria cidade. Os desenhos são invariavelmente reduzidos, frente ao mapa administrativo real - alguns bairros são engrandecidos, outros diminuídos, há os que se fundem, outros ainda são esquecidos. O mapa

mental que cada um de nós faz de sua própria cidade varia de pessoa a pessoa, em função de suas referências, de seus deslocamentos, de suas preferências. O mapa afetivo - conformado por aqueles espaços, dentro do mapa mental, que de fato nos interessam, nos comovem, com os quais nos sentimos vinculados - tende a ser ainda menor. Sabemos que certos locais existem, mas não nos engajamos com sua existência; estão fisicamente próximos, mas emocionalmente distantes.

Promover a ampliação dos mapas mentais e afetivos de cada habitante da cidade é condição *sine qua non* para ampliar a sustentabilidade de nossas cidades. Não se ama o que não se conhece. Desenvolver projetos que conectem áreas da cidade, que promovam a mobilidade urbana e que mergulhem a cidade em si mesma é imprescindível em cidades criativas. Isso nos leva a uma segunda ordem de conexões - entre a cidade e sua história. Os surtos de urbanização e os acirrados fluxos migratórios acarretaram uma desconexão profunda com as raízes da cidade onde de origem e uma perda de laços com a de origem. Viver em um local do qual pode se sabe, cuja história se resume ao que se aprende nos livros didáticos, é um atentado mortal na formação de um sentimento de pertencimento com a urbe. Ações das mais diversas envergaduras - de caminhadas por bairros da cidade, em busca de suas histórias e testemunhos, à inscrição nas placas de rua de quem foi aquele personagem ou aquela data homenageada - contribuem para gerar cumplicidade entre o espaço urbano e quem nele vive.

Conexões entre a cidade e o mundo - do mundo próximo, sua região e cidades vizinhas, ao mundo que nos chega pelas ondas da televisão e pelos meios digitais e, com isso, nos parece paradoxalmente mais vizinho do que aquela cidade que, no mapa, dista cem quilômetros de onde estamos. Conexões, ainda, entre público, privado e sociedade civil. Seguimos uma lógica que se mostra cada vez mais complementar - local e global, público e privado, dinheiro e satisfação, economia e cultura - e cada vez menos antagônico, como era até há pouco, quando devíamos escolher entre possibilidades, aparentemente inconciliáveis.

Nosso mundo linear passou a ser circular - não composto por opostos em uma escala, mas por partes que se complementam.

Conexões, como não mencionar, entre as chamadas áreas de saber. A busca de soluções para novos e velhos problemas exige novos olhares. De uma organização de saberes em silos - caixinhas impermeáveis, fechadas em si mesmas, passamos para a era dos times, das equipes, das forças-tarefas, nas quais os olhares se somam e convergem. Esse modelo, porém, parece ter evoluído para a percepção de que devemos também romper as barreiras artificiais internas. Ao invés de serem vozes que somente se somam, cada um de nós pode navegar em diferentes registros de língua e tessituras vocais. Das nanotecnologias ao reconhecimento de muitas práticas culturais, surgem assim novas profissões e carreiras.

Por fim, somando-se às inovações e às conexões, uma cidade criativa é caracterizada por cultura, por um leque de abordagens. Primeiramente, claro, cultura como conjunto de manifestações, com conteúdo simbólico e intangível, que tanto pode beber de raízes tradicionais, como se alimentar de influências externas ou ainda ambos - como uma árvore, que só consegue lançar galhos frondosos em direção ao mundo, se tiver raízes profundas fincadas em seu solo. De pouco adiante uma cidade ser efervescente de cultura, se esta for comoditizável, descontextualizada, desengajada. Basta a cidade vizinha promover um festival na mesma linha e perdeu-se o que seria o viés cultural mais pronunciado daquela suposta cidade criativa.

A cultura como elemento simbólico, intangível, tem de dialogar com as especificidades da cidade. O que lhe é peculiar, o que lhe confere caráter único - quais são suas unicidades? Em um mundo pautado pela busca do diferencial, na ressaca da percepção dos paradoxos da globalização, a valorização do que é intrínseco a uma comunidade ganha força majorada.

Mas, no seio urbano, a cultura também ganha prevalência por dois outros vieses de análise. Um deles é o econômico. O que sempre tendeu a ser visto

como despesa passa agora a ser entendido como investimento. Basta pensar que, segundo o *Creative Economy Report* (UNCTAD, 2008), cerca de 7% do PIB mundial é gerado pelas chamadas indústrias criativas. O número atinge 11% do PIB, no caso de um país como os Estados Unidos - ainda a hoje maior economia do mundo. A percepção do impacto econômico claramente eleva a cultura a outra posição, na lista de prioridades, quando o tema em discussão é orçamentário ou estratégia de desenvolvimento.

No Brasil, ainda são poucos os estudos que demonstram a contribuição da cultura à economia regional. Um dos poucos mas emblemáticos levantamentos a respeito nos chega pelas mãos da FIRJAN - Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN, 2008), ao analisar o impacto econômico dos setores criativos fluminenses (o que abarca a cultura, mas transvasa seus limites). O mais interessante do estudo não é o número em si, já que se refere a mais do que aos setores culturais em si, mas ao mapeamento de toda a constelação de bens e serviços que os setores culturais consomem e estimulam, de serviços contábeis e jurídicos à gestão de espaços, de maquinário para a produção de instrumentos musicais ao turismo cultural.

Mas a cultura contribui mais, em uma cidade criativa, do que por seus benefícios simbólicos ou por seu impacto econômico no espaço urbano, com toda uma série de encadeamentos sobre setores tradicionais. A cultura, entendida aqui especialmente como conjunto de setores artísticos, favorece ademais a formação de um ambiente criativo, estimulante, instigante, favorável ao questionamento e ao pensar diferente. Em suma, nutre as condições necessárias para que a criatividade as inovações ocorram. Ademais, contribui de forma muito profícua para a formação de conexões no espaço urbano.

Nas grandes cidades, poucos fatores mobilizadores de locomoção das pessoas na cidade são tão eficazes como as ofertas culturais. O que parecia longínquo - fisicamente e pelas dificuldades de transporte urbano - mostra-se acessível, palatável, compensador quando se trata de uma oferta cultural. Os

grandes concertos e espetáculos no Parque do Ibirapuera são exemplos cabais disso, assim como o são ofertas institucionais reconhecidas como de excelência. O Centro Cultural Banco do Brasil logra fazer convergir uma audiência advinda de todos os cantos de São Paulo, para uma região que, embora geograficamente central, desperta o receio de alguns quanto à segurança e à vivacidade, em especial no período noturno. A inauguração da unidade definitiva do SESC Belenzinho também corrobora essa percepção. Ao deslocar a sede administrativa, do coração da Avenida Paulista para um bairro da Zona Leste, o SESC conseguiu atrair para a nova unidade pessoas que nunca antes haviam sequer visitado o bairro do Belenzinho.

Dependendo de como for implementado - em diálogo com a comunidade, fomentando seu desenvolvimento, abrindo espaço para sua participação -, um equipamento cultural também tem o potencial de gerar apropriação por parte de seus vizinhos, ser incorporado por ela e visto como dela. Esse é um traço fundamental, quando se pretende estimular a autoestima e o desenvolvimento de uma comunidade de pertença, em especial em bairros marginalizados. O equipamento cultural também pode ser um irradiador de demanda por pequenos empreendimentos, tais como bares, restaurantes, lojinhas, galerias, serviços especializados, gerando um dinamismo local. A chave, nisso, é justamente a inserção do equipamento no bairro. A Sala São Paulo é sublime, mas levita sobre o bairro da Luz. Já a Pinacoteca do Estado apresenta uma maior intimidade com seu entorno. O ideal, porém, é ir além disso e localizar o equipamento ou programa cultural não no bairro, mas fazê-lo ser visto como do bairro.

Exemplos disso ocorrem também em cidades de menor porte, tais como a cearense Guaramiranga, onde o Festival de Jazz e Blues é o ícone visível de um processo de transformação social, econômico, cultural e urbanístico; e também da fluminense Paraty, que ganhou notoriedade mundial acrescida, com a organização na última década da FLIP - Festa Literária Internacional de Paraty, cujo objetivo primordial sempre foi reunir centralidades cindidas na cidade.

As ofertas artísticas também promovem novas formas de lidar com problemas aparentemente estruturais, perenes, como é a falta de sentimento coletivo e respeito pelo próximo. Poucas cidades tão explorado tão bem essa questão, como Bogotá. Seguindo a política de "cultura cidadã", a cidade estabeleceu uma série de programas e projetos ligados à apropriação da cidade por parte de sua população. Uma das ações mais notórias foi o recursos a mímicos, que repreendiam de forma jocosa e lúdica os motoristas que paravam sobre as faixas zebradas. Afinal, como acredita o mentor do programa, o ex-Prefeito Antanas Mockus, as pessoas norteiam seu comportamento por três vetores, que as fazem decidir agir de forma correta ou fazer algo errado.

O primeiro é o foro íntimo, a consciência, a ética pessoal. Para muitos, essa é uma dimensão que vem esboroando ao longo das últimas décadas, em virtude essencialmente da atomização do contexto familiar, da falta de contato entre gerações e do baixo nível de educação e capacidade de reflexão. O segundo abrange questões legais. A decisão de fazer ou não algo depende também das potenciais consequências que poderia gerar - positivas, como reconhecimento (vide declaração do número de CPF para obter os créditos de ICMS, por meio da Nota Paulista) ou negativas, como repreensão (multa por utilizar o carro em dia de rodízio, por falta de controle ambiental etc.). Bem, em um contexto no qual há muitas leis, porém nem sempre são cumpridas, há que se questionar se o arcabouço de prescrições e sanções legais é o mais efetivo para pautar o convívio social ou, em sendo, se mostra-se suficiente.

Concluiu-se em Bogotá que nenhum dos dois vetores daria conta de tornar a cidade mais solidária, vivível e convivível. O que caberia seria lidar com essa questão pelo viés da sociedade, da validação ou reprovação dos pares, da geração de um sentimento de comunidade. Outra ação adotada foi tratar a cidade como uma escola aberta, tanto para a inclusão no imaginário urbano de pessoas refugiadas dos conflitos do narcotráfico, quanto para unir áreas urbanas até então negligenciadas. Nesse quadro de fundo insere-se a "Rota Cidadã" (Manito,

2008), voltada à criação de caminhos que favorecessem a circulação segura das crianças, entre a escola e seu local de residência. Composta por um alinhavo de estabelecimentos que integravam o programa, a rota oferecia essas ilhas de segurança nas quais os jovens podiam se refugiar, caso se sentissem ameaçados.

Surgiu também nesse contexto a iniciativa de criação da Rede de Bibliotecas Públicas de Bogotá. Constituída por bibliotecas de várias magnitudes - das comunitárias aos megaedifícios -, articuladas de forma dispersa em toda a cidade, as bibliotecas são vistas como locais de encontro de diversidades, de geração de cidadania e, claro, de formação. Dos projetos arquitetônicos à gestão do espaço, a comunidade é envolvida em todas as etapas, gerando engajamento e empoderamento das bibliotecas.

Outros exemplos de tantas outras cidades poderiam ser mencionados, valendo-se não raro de uma "desculpa" ou de um projeto pontual não para dirigir, mas para simbolizar um processo de transformação mais profundo e estruturante. Foi assim com as Olimpíadas de Barcelona 1992, que atribuiu às conexões e à cultura papel primordial. Foi também assim em Bilbao, onde o Museu Guggenheim veio a coroar um conjunto enredado de 25 eixos estratégicos - não por menos um símbolo cultural de reconexão da cidade com o mundo (Gómez de la Iglesia, 2010).

No Brasil, o debate acerca das cidades criativas ainda é emergente, assim como é o reconhecimento da cultura como estratégia de desenvolvimento. A atenção ao conteúdo das cidades e ao seu processo de mudança - mais do que ao título de "cidade criativa" e aos produtos visíveis - deve ser enfatizada. Inovações, conexões e cultura são, como exposto, três características essenciais de uma cidade criativa, seja ela grande ou pequena e que podem pautar um novo processo de desenvolvimento e qualidade de vida no ambiente urbano. O Brasil tem um potencial enorme para se engajar nessa reflexão, direcionando a tão celebrada criatividade brasileira para a resolução de questões profundas e a inserção do país em um novo estágio de desenvolvimento.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento – UNCTAD.

Creative Economy Report 2008. Disponível em :

http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf

Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – FIRJAN. « A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil ». Rio de Janeiro, 2008. Disponível em :

<http://www.firjan.org.br>

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Censos Demográficos, 1950-2000. Disponíveis em : <http://www.ibge.gov.br>

Manito, F. (Org.) *Aprendiendo de Colombia – cultura y educación para transformar la ciudad*. Barcelona : Fundación Kreanta, 2008

Reis, A.C.F., « Cidades Criativas – análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo ». Tese de Doutorado, defendida junto à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU/USP).

_____. (Org.) *Cidades Criativas, Soluções Inventivas – o papel da Copa, das Olimpíadas e dos museus internacionais*. São Paulo : Garimpo de Soluções e FUNDARPE, 2010 (no prelo)

_____. (Org.) *Creative City Perspectives*. São Paulo : Garimpo de Soluções e Creative City Productions, 2009. Disponível em :

<http://www.garipodesolucoes.com.br>

Sen, A. *Desenvolvimento como Liberdade*. São Paulo : Companhia das Letras, 2004

Ciudades, barrios y prácticas artísticas

Ramon Parramon*

Idensitat es un proyecto de arte que investiga sobre las maneras de incidir en el ámbito del espacio público a través de propuestas creativas en relación al lugar y el territorio desde la dimensión física y la articulación social. Constituye una plataforma de producción e investigación en red, en el ámbito de lo artístico, donde experimentar nuevas formas de implicación e interacción en el espacio social. Implica a numerosos autores, de manera individual o colectiva, para generar situaciones o estructuras que activen proyectos que, explícitamente, dialoguen con el entorno y la complejidad social en una determinada temática o coyuntura.

Se pretende poner en tensión lo *ultralocal* con la *hiperglobalización* mediante la relación entre las prácticas artísticas, la ciudad y el espacio social. Ultralocal en el sentido que explora las distintas facetas de lo local, desde el conocimiento que aporta la proximidad y el largo plazo, hasta las fronteras que se construyen para proteger elementos como la identidad, la pertenencia a un determinado grupo, o la especificidad. La globalización cada vez más envuelve cualquier actividad que se lleva a cabo en la cotidianidad local. Poner en juego las prácticas artísticas en este tipo de dinámicas sociales y en un territorio específico es uno de los planteamientos conceptuales que *Idensitat* viene trabajando desde hace más de una década (desde 1999). En 2009, *Idensitat*, que hasta entonces había trabajado básicamente en poblaciones del contexto catalán, empezó a desarrollar un nuevo proyecto que perseguía actuar en contextos diversos con temáticas surgidas a partir de la investigación y la relación con el lugar. De esta forma aparece *iD Barrio*, un proyecto impulsado desde *Idensitat* para la activación de procesos creativos formulados a partir de la relación entre actividades pedagógicas y la intervención en contextos delimitados -barrios, áreas o emplazamientos concretos, pequeñas poblaciones, etc.- siempre que formen parte de una retícula urbana más o menos densamente habitada.

iD Barrio

iD Barrio es un proyecto que actúa como observatorio del territorio y como laboratorio para el desarrollo de procesos creativos que se conectan con determinadas actividades sociales *locales*, esto es, en microcontextos concretos que forman parte de distintas concentraciones urbanas contemporáneas. El proyecto persigue estimular la creación colectiva y el intercambio cultural como posibilidad del desarrollo y transformación del territorio, a través de procesos creativos impulsados por la relación entre acciones educativas, las prácticas artísticas y el espacio social local. Forma parte de su proceso analizar para

* Desde 1999 dirige o projeto de arte [IDENSITAT](#) inserir link para o site. Este projeto propõe um programa que convida criadores a promover intervenções e debates no âmbito da criação vinculada ao espaço público. Atualmente, sendo também diretor [do Centro de Arte Contemporânea de ACVíc](#) desenvolve um claro interesse por projetos interdisciplinares e sobre as funções que a arte pode exercer em um contexto sociopolítico específico. rparramon@acvic.org

entender las dinámicas del espacio, visualizar para interpretar las articulaciones diversas que operan en los lugares, proyectar para trazar nuevas dinámicas productivas, colaborar para potenciar y multiplicar las capacidades creativas a partir de una acción en red. El proyecto se estructura en dos fases en relación con el espacio: una de carácter pedagógico, articulada a partir de talleres de proyectos con procesos de inmersión en el contexto, discusión y tutorización, y otra de carácter experimental, basada en la producción, entendida como desarrollo del trabajo planteado en la primera fase, incorporando elementos de comunicación y visualización.

iD Barrio busca integrar los procesos artísticos en otros procesos sociales, busca la transdisciplinariedad, la participación social, las fisuras para generar oportunidades de crear a través de metodologías colectivas y nuevas referencias en el territorio en el que plantea su actuación. Previamente, todos estos elementos han sido trabajados o ensayados de distintas formas en *Idensitat* a partir de proyectos que han participado a través de una convocatoria pública o la invitación. Con *iD Barrio* persigue la producción de proyectos a partir de un proceso pedagógico: se organiza un taller temático vinculado a un territorio concreto (zona, barrio, población, etc.), es dirigido por un grupo de personas invitadas en función de los ámbitos de trabajo, se complementa con la participación puntual de una serie de expertos que aportan conocimiento específico sobre el lugar y el tema, se desarrollan diversos proyectos tutorizados o acompañados en el seno del taller y finaliza con la implementación o realización de alguno de ellos. Esta última fase es la más compleja ya que depende de la calidad de los proyectos y de la idoneidad u oportunidad de su realización. Hasta el momento se ha realizado en diversos lugares bajo el subtítulo *Creatividad social, acción colectiva y prácticas artísticas* y ha perseguido poner en relación la creatividad latente en un contexto determinado que, en conjunción con el impulso de ciertas prácticas artísticas, permitan articular acciones de carácter colectivo, es decir, organizadas desde lo colectivo o que reviertan en lo colectivo.

El primer *iD Barrio* organizado por *Idensitat* se realizó en noviembre de 2009 dividido en dos partes, una en la población de Calaf tomando como elementos de análisis las pequeñas y medianas ciudades, y otra en Barcelona, analizando proyectos e intervenciones en el contexto urbano, relacionándolo con la transformación de la ciudad y los movimientos sociales. *iD Barrio Calaf*¹ consistió en un taller de proyectos impartido por Josep-Maria Martín para la conversión y uso temporal de espacios abandonados después de la crisis en el sector de la construcción. Posteriormente se realizó un seminario en el que se analizaron diversos proyectos vinculados a la transformación urbanística y social de las pequeñas poblaciones. *iD Barrio Barcelona*² se realizó sobre el barrio del Raval y tuvo como centro de operaciones el espacio de La Capella. Se organizó un seminario internacional con el fin de intercambiar experiencias, proyectos, estudios y compartir deseos de introducir cambios con respecto a las instituciones, las políticas y las dinámicas que afectan a la ciudad o parcelas de ciudad. El encuentro reunió a un público numeroso y contó con la participación de ponentes procedentes de diversos países, que de manera individual o en

¹ *iD Barri Calaf* se realizó en dos tiempos, el primero del 29 de junio al 3 de julio de 2009 con el proyecto Hivernacle cultural de Josep-Maria Martín y el segundo los días 13 y 14 de noviembre de 2009 con un seminario que contó con la participación de Gaspar Maza, AMASTÉ, Marta Ricart, Casal de Calaf, Josep-Maria Martín, LUL Landscape Urbanism Labs, Josep Puigpelat, Plataforma Tenim un Problema, Oriol Nel-lo, Francesc Muñoz, Joan Caballol.

² *iD Barri Barcelona* se realizó del 27 de noviembre al 4 de diciembre de 2009 en La Capella. Contó con la participación de Hans D.Christ, Iris Dressler, Daniel G. Andújar, Jordi Vidal, Basurama, Santiago Cirugeda, Martín di Peco, Sin|studio, Traces of Autism, Martí Peran, Francesca Comisso, Paola di Bello, Viviana Bravo, KUNSTrePUBLIK, Gary W. McDonogh, Fadhila Mammar, José Luis Oyón y Montserrat Santolino. El seminario realizado en Barcelona y el realizado en Calaf fueron dirigidos por Gaspar Maza y Ramon Parramon.

representación de colectivos, propusieron mecanismos de trabajo y de acción en los barrios. Se entrecruzaron diferentes miradas, desde el arte, la arquitectura, la dinamización social, la antropología o el activismo. Se realizaron talleres impartidos por los colectivos KUNSTrePUBLIK y Traces of Autism que trabajaron en diferentes barrios de Barcelona realizando propuestas específicas orientadas a poner en relación la exploración del territorio, el análisis del espacio con el activismo sociocultural y la participación. En octubre de 2010, se realizó *iD Bairro SP*³ en los barrios de Santo Amaro y Bom Retiro de la ciudad de São Paulo. Se organizó un taller colectivo impartido por Pablo España [Democracia], Domènec, Colectivo EIA - Experiência Imersiva Ambiental, Colectivo Imargem, Lillian Amaral [Museu Aberto], Ramon Parramon [Idensitat] y Fadhila Mammam. El taller se planteó bajo las acciones de mapear, explorar, visualizar y activar procesos y microproyectos basados en la reversibilidad entre las propuestas y los territorios. En noviembre de 2010 se tuvo lugar *iD Barrio BCN [La Marina]*⁴ en el barrio de La Marina en Barcelona con un taller impartido por Hackitectura combinando la exploración del territorio, la cartografía crítica, la visualización de datos, el tratamiento de la información y la construcción colectiva a partir de narrativas y datos referidos a este contexto. En el momento de la edición de esta publicación se está desarrollando uno de los proyectos activados desde el taller inicial.

Producciones locales, consecuencias globales

“El riesgo es el patrón perceptivo e intelectual que moviliza a una sociedad enfrentada a la construcción de un futuro abierto, lleno de inseguridades y obstáculos, una sociedad que ya no está determinada por la religión, la tradición o la sumisión a la naturaleza y que tampoco cree en efectos redentores de las utopías” (Beck, 2007)⁵.

La relación entre riesgo y catástrofe ha sido tratada por Ulrich Beck en su libro *La sociedad del riesgo mundial*, una revisión actualizada y ampliada de *Sociedad del riesgo*, publicado en 1986 por este sociólogo. Bajo la perspectiva de la realidad contemporánea, los riesgos de hace 20 años parecen mucho más domésticos ante el actual panorama de inseguridades que amenazan a la sociedad. La tendencia a la globalización de los riesgos, las numerosas investigaciones posteriores que desde diversas disciplinas han surgido sobre el tema y los acontecimientos mundiales ocurridos en este período de tiempo, han contribuido a la propuesta de este nuevo trabajo en el que el autor profundiza sobre la escenificación del riesgo y su análisis como anticipación de la catástrofe. Los nuevos riesgos a los que se refiere en ambas publicaciones son los aparecidos en la segunda mitad del siglo XX: las crisis ecológicas, el desmantelamiento de la sociedad del bienestar, la crisis derivada del capitalismo especulativo, la precariedad y falta de trabajo, el terrorismo internacional, etc. La mayoría de riesgos aparecidos en esta época reciente son fruto, según el autor, de los éxitos y los logros de la ciencia, la industria, los avances tecnológicos que con la “cosmopolitización” o “modernización pluridimensional” adquieren una presencia

³ *iD Bairro SP.01* tuvo lugar del 13 al 17 de octubre de 2010 en São Paulo con la colaboración del Centro Cultural de España en São Paulo. Se realizaron un taller y un seminario que contaron con la participación de: Rita Alves, Lillian Amaral, Viviana Bravo, André Costa, Rogerio da Costa, Renato Cymbalista, Democracia, Domènec, Colectivo EIA - Experiência Imersiva Ambiental, Colectivo Imargem, Jamac, Fadhila Mammam y Ramon Parramon. El seminario realizado en São Paulo fue dirigido por Lillian Amaral y Ramon Parramon.

⁴ *iD Barri BCN [La Marina]* se realizó entre el 22 y 27 de noviembre de 2011 impartido por el colectivo Hackitectura [Pablo de Soto, Jaime Díez Honrado, Ale González] con la participación de Núria Burguillos, Xavi Camino, Colectivo Connectats, Francesc Magrinyà, Oriol Granados, Ramon Parramon, Martí Peran, Elisenda Tomàs, Mireia Tortadès, se llevaron a cabo en las diversas zonas del barrio de La Marina de Barcelona.

⁵

que va más allá de los estados, “nos confrontan con el otro, aparentemente excluido, abaten fronteras y mezclan a propios y extraños” (*Ibid*, p. 35).

La escenificación del riesgo global tiene por objetivo que la sociedad sea consciente de los peligros y la inseguridad que afecta a todo el planeta y persigue anticiparse y hacer previsible lo imprevisible estableciendo los mecanismos para poder prevenir las catástrofes. La producción es local, las consecuencias son globales, ningún país puede vivir al margen de los demás. El universo tecnocientífico ha contribuido de manera clave a esta disolución de fronteras en relación con la cultura global en diversos de los ámbitos contemporáneos, afectando todas las esferas de nuestra vida. El almacenamiento y procesado de la información junto con la difusión a través de las redes electrónicas hacen que gran parte de nuestra cotidianidad esté vinculada a este flujo global. Mientras que por un lado, la tecnología ha formado parte de las utopías positivistas de progreso -que apuntaban en ella la panacea para resolver los grandes males sociales- por otro lado, la hipertecnificación y el hiperconsumismo que ha conllevado el progreso han introducido las causas que apuntan hacia este estado de alarma permanente. Esta situación fuerza a una nueva actitud de concienciación crítica que se incorpora en el debate social, pero que requiere de la implicación de individuos, colectivos y también de dinámicas de producción cultural que faciliten la transmisión de este posicionamiento crítico. “Tras la primera modernización, la de la sociedad industrial, ha venido una modernización reflexiva, en el marco de una civilización cargada, pero no ya de amenazas localizadas, sino de amenazas globales y transnacionales que pesan sobre la salud y la alimentación”⁶ (Lipovsky, 2010).

La delimitación de los peligros no elimina la relación fronteriza entre los territorios, sino que los presupone y los explota. Uno de los ejemplos evidentes de esta tensión entre fronteras nacionales y desterritorialización ha sido el caso de la gripe A. Es también un claro ejemplo de como la escenificación del riesgo mundial se construye a partir de la conjunción entre el papel difusor de los medios de comunicación, las decisiones políticas vinculadas a las tradicionales fronteras de estado y los influyentes lobbies internacionales con intereses económicos. En 2009 se declara una pandemia a raíz de los contagios producidos por el virus H1N1. Esta decisión tomada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) acabó afectando a la mayoría de estados obligados a la compra de las vacunas producidas por la industria farmacéutica, sin las pruebas necesarias y sin la certeza, como se ha demostrado más tarde, de que el virus ni se propagaba ni provocaba un aumento de la mortalidad suficiente para ser considerado pandemia. Supuso también un aumento del control fronterizo entre estados, escenificado básicamente en los aeropuertos, cualquier precaución parecía poca y la movilidad internacional se vio afectada, esencialmente en México país en el que se señaló el inicio del contagioso virus. Constituye este el ejemplo de cómo un estado de alarma suscitada por el riesgo mundial de una pandemia, unido a los convenios firmados por la industria farmacéutica con los estados y el papel determinante de un consejo de expertos (mantenidos en secreto) de la OMS han tenido unas consecuencias a nivel global de notable alcance. En su momento afectó a la movilidad de las personas, obligó a los estados a tomar medidas conjuntas adquiriendo las vacunas y finalmente, los mismos gobiernos obligados a comprar las vacunas tuvieron que incinerarlas un año más tarde porque la pandemia no era tal y el virus, como cada año, ha seguido mutando⁷ (Wodarg en L'Humanité, 2010). Este constituye un claro ejemplo de escenificación del riesgo mundial, el miedo que generan este tipo de situaciones facilita la segregación, la estigmatización, la reafirmación de las fronteras. “El riesgo es causa y medio de la reconfiguración social y está estrechamente relacionado con las nuevas formas

⁷ L'Humanité ha publicado diversos artículos sobre el trabajo desempeñado por Wolfgang Wodarg, presidente de la Comisión de Salud del Consejo de Europa. Uno de ellos es de Bruno Odent. Gripe A.

de clasificar, interpretar y organizar nuestra cotidianeidad y de escenificar, organizar, vivir y configurar la sociedad a fin de hacer presente del futuro”⁸ (Beck, Ulrich. *op. cit.*, p. 37)

Algunos de los hechos que suceden en una parte del mundo, rápidamente adquieren una dimensión global. Los riesgos derivados de la industrialización y la globalización no se pueden limitar temporalmente o localmente y sus consecuencias suelen ser irreversibles, difícilmente cuantificables e indiscriminadas ya que nos afectan a todos. La escenificación permanente del riesgo, el temor y la inseguridad que todo ello genera es utilizado de forma política y divulgada por los medios de comunicación. De hecho, los medios se nutren, en gran parte, de la escenografía del desastre que se repite y reproduce en distintos lugares. Una parte de la movilización social, en estos momentos, se articula a partir de buscar alternativas al sistema que ha propiciado esta situación. Muchos de los conflictos contemporáneos apelan a la concienciación individual, a la responsabilidad que cada uno tiene como individuo en la contribución a problemáticas globales. Tal y como señala Alain Touraine⁹ (Touraine, 2007), en la actualidad se requiere una necesidad de visión transversal para incidir en cuestiones sociales y políticas, en sustitución del tradicional punto de vista vertical. Mientras que históricamente los movimientos sociales arrancan de una acción colectiva casi militar contra enemigos que afectan a toda la sociedad, en la actualidad la conciencia crítica y la participación activa pasan por una subjetivización de los conflictos: “Necesitamos encontrar nuevas formas de acción colectiva e incluso nuevos movimientos sociales que no se identifiquen ya con una reacción de víctimas, sino que se definan por conceder prioridad a la reflexión sobre sí mismo”¹⁰ (*Ibid.*, p. 182).

Este futuro abierto combinado con la energía que plantea la idea de transformar el contexto en el que habitamos, es lo que nos conecta directamente a un tipo de trabajos surgidos del ámbito de lo artístico y que inciden directamente en lo social.

Vecinos, visitantes y practicantes

Idensitat es un proyecto de proyectos. Busca proyectos que incidan en la tensión permanente entre lo local y lo universal, la desterritorialización y el contexto específico, la interacción tecnológica y las relaciones humanas, el nomadismo y la pertenencia a un lugar. Todo ello directamente vinculado a ciudades y barrios a través de la mirada de diversas disciplinas articuladas mediante lo que denominamos prácticas artísticas. A lo largo de más de una década, se ha ido experimentando con procesos creativos que apelan a cuestiones vinculadas a contextos locales, en la búsqueda de la intersección entre cuestiones de carácter social y político con la producción artística. En estos momentos, el proyecto *Idensitat* realiza una serie de actividades que deben incorporar, inevitablemente, esta mirada transnacional y transversal de la acción individual y colectiva. Desde reflexiones anteriores donde se analizaba y se cuestionaba la relación local-visitante, hasta una serie de nuevas actividades en las que se debate/discute la dimensión local denominada “barrio” y la posibilidad de interacción desde la acción cultural y las prácticas artísticas.

La relación entre el vecino, el visitante y el practicante hace referencia a temas vinculados a lo particular, lo genérico y la acción. El *practicante* es aquel que pone en marcha prácticas creativas que combinan el conocimiento local -ya sea con datos, con mediaciones, con colaboraciones, etc.-, con el conocimiento del *visitante*, que incorpora la mirada no contagiada de la cotidianidad local. La

finalidad es activar procesos que engloben cambios en las dinámicas, en las políticas y en el propio contexto cultural en el que se desarrollan. La noción de *practicante* ha sido desarrollada por Michel de Certeau¹¹ (Certeau, 1996), refiriéndose al sujeto que tiene la capacidad de modificar todo aquello que le es dado, un sujeto transformador y de cambio, más que un consumidor pasivo. En este caso y en este tipo de experiencias artísticas que se desarrollan en un contexto determinado, el practicante no es necesariamente el artista, puede ser cualquier persona que participe en el proceso o que se vea involucrada a partir del trabajo realizado. Cualquiera capaz de trabajar con los productos realizados por los otros pero con maneras propias de emplearlos. Lo cotidiano se reinventa de mil maneras para escapar de la docilidad y pasividad de lo que supone ser solamente usuario. Este enfoque de Certeau nos plantea la posibilidad de abordar el potencial creativo del individuo capaz de establecer una relación distinta entre cultura, espacio urbano y política.

Disolución entre lugar y comunidad.

“Lo decisivo es que a partir de ahora tenemos que preocuparnos del conjunto y esto no es una opción, sino la condición”¹² (Beck, Ulrich. *op. cit.*, p. 40).

La palabra “barrio” nos remite a un concepto espacial y social que tiene una contemporaneidad frágil. Tradicionalmente, el uso de este término va asociado a la existencia de un denominador común que caracteriza el lugar, ya sea por lo arquitectónico, lo topográfico o lo social. Se utiliza “barrio” cuando nos referimos a una zona de la ciudad que se identifica y diferencia de otras. . No obstante, cada vez más los lugares se relacionan con un determinado imaginario colectivo que se transmite, se difunde y propaga por los medios y las redes de comunicación. El lugar ya no es tanto un barrio si no una imagen, una marca o el distintivo de algo que ocurre o de algo por lo que se destaca. Cada vez menos se utiliza “barrio de” y se pasa a nombrar la zona directamente. Raval, Lavapiés, las Tres Mil viviendas, El Cabañal, el Bronx... no son tanto barrios, como etiquetas que nos remiten a unas lecturas condicionadas por el uso y la difusión que se hace de ellas. Divertido, multicultural, peligroso, turístico, o comercial, en cada caso y dependiendo del contexto en el que se cite cada uno de estos lugares nos transmitirá un sentido u otro. “Barrio” también nos traslada a una época de luchas políticas conectadas a la conquista de las infraestructuras esenciales para un colectivo de personas que habita en un determinado enclave. Espacios recién ocupados en territorios en transformación, carentes de los servicios mínimos para poder aspirar a una calidad de vida deseable. La palabra “barrio” mantiene conexión con la palabra “comunidad” y conserva una relación directa entre la vivienda y el espacio público, una especie de hábitat donde lo privado y lo comunitario adquiere una dimensión de proximidad casi lógica. Esto prácticamente ha desaparecido. Las migraciones transnacionales, la globalización de la propia vida, la multilocalidad, han contribuido a que la mayoría de barrios de las ciudades contemporáneas multipliquen culturalmente la procedencia de sus habitantes, a la vez que se acelera la movilidad o se acorta la permanencia en un lugar determinado, “se disuelve así, la interdependencia entre lugar y comunidad (o sociedad). El acto de cambiar de y de elegir lugar es el padrino de la glocalización de las biografías”¹³ (Beck, 2008).

Lo local como productor de nuevos contextos a través de las prácticas artísticas¹⁴.

Lo local habitualmente está relacionado con conceptos espaciales y cuestiones de escala, pero según Arjun Appadurai es algo esencialmente relacional y contextual. El ecosistema donde estas relaciones encuentran el medio en el cual desarrollarse es el barrio (físico o virtual). "Un vecindario es un contexto o un conjunto de contextos, dentro de los que la acción social significativa puede ser tanto generada como interpretada. Es decir, los vecindarios son contextos y los contextos vecindarios. Un vecindario es un lugar interpretativo múltiple" (Appadurai, 2001).¹⁵ La relación de lo local con la creatividad adquiere cada vez más fuerza por razones de interés recíproco. Los creadores buscan en lo local elementos de esencialidad y particularidad que aportarán un valor añadido a sus proyectos. Desde los ámbitos locales, desde una perspectiva de barrio o de municipio, se busca a través de la creatividad una vía de conexión con la contemporaneidad y la innovación. Hay una necesidad de incorporar elementos que aporten ese valor añadido, que sean capaces de atraer la mirada de los otros y, de esta forma, ubicarse en el mapa global. Una mirada que muchas veces se prefiere que sea la del turista o más concretamente la de la industria que moviliza el sector turístico y que acabará beneficiando a los comerciantes y, en consecuencia, a las arcas municipales y finalmente a todos los habitantes.

La creación cultural y el crecimiento industrial encuentran en el concepto de *ciudades creativas* una conjunción que ha estimulado a muchos políticos y gestores culturales en la búsqueda de algo (aún bastante inconcreto) que acabe beneficiando de forma efectiva a la población de las ciudades. Cuando se intenta concretar en qué consisten estos "filones de creatividad" aún por explotar se habla de regeneración urbana, de industrias culturales, de organización de eventos y festivales o de turismo cultural (<http://portal.unesco.org>, 2004). Mientras se ensayan formas y formatos desde las políticas culturales, lo local adquiere un papel preponderante desde la óptica de las prácticas creativas contemporáneas. A pesar de que el entorno habitual en el que se comunican y difunden estas prácticas pertenece a un contexto globalizado (exposiciones, bienales, etc.), encuentran en lo local los acontecimientos que nutren sus relatos. Paul Virilio se ocupó de hacernos ver la relevancia del acontecimiento donde "la escala de valores de los hechos no puede ya conformarse con discriminar lo *general* de lo *particular* ni lo *global* de lo *local*" (Virilio, 1997), la velocidad en que todo fluye desdibuja una posible línea divisoria entre estos conceptos polarizados. La relaciones que pueden establecerse a partir de conjugar el trabajo de artistas con el microcontexto "barrio" son múltiples. Algunos de los creadores que participan en esta publicación han construido sus relatos o representaciones a partir de alterar la cotidianeidad de contextos *vecindarios* específicos.

Realidades y ficciones sobre la participación en el arte

La participación se ha extendido en numerosos ámbitos de nuestra vida contemporánea. Desarrollar procesos participativos es común en numerosas

¹⁴ La parte del texto que sigue a continuación ha formado parte de un catálogo recientemente publicado a raíz de una exposición que he comisariado y que se ha presentado en Arts Santa Mònica entre diciembre de 2010 y marzo de 2011 y que fue inicialmente presentada en ACVic Centre d'Arts Contemporànies entre julio y septiembre de 2009. Se trata de: Parramon, Ramon. *Catalitzadors. Art, educació, territori*. Barcelona: Arts Santa Mònica – EUMO Editorial, 2010. Algunos de los trabajos presentados en la citada muestra enlazan con las tesis trabajadas en *Idensitat*. En la exposición participaron Santiago Cirugeda, Amasté, Jordi Canudas, Josep-Maria Martín, Sinapsis, Laia Solé, Tanit Plana y Democracia. Algunos de ellos forman también parte de esta publicación. La exposición fue inicialmente presentada en ACVic Centre d'Arts Contemporànies entre julio y septiembre de 2009.

actividades promovidas tanto por técnicos de la administración como por pequeñas agrupaciones o prácticas puntuales. Cualquier plan estratégico que se precie debe impulsar un proceso participativo, sino probablemente carecerá de legitimidad. Habitualmente se entiende como un derecho del ciudadano para complementar, mediante la democracia directa, aquello que no queda atendido por la democracia representativa. Sin embargo, cuando se pone en marcha un proceso participativo parece que se reclama al ciudadano su presencia como si se tratara de un deber. No participar es quizás también una forma activa de participar, gritando en silencio que a lo que se llama a participar no interesa, o quizás es que quien llama no nos transmite la suficiente confianza. También es verdad que el ruido, las distracciones, la comodidad y la vagancia juegan en contra a la hora de tomar partido por algo, y nuestra forma de estar en el mundo se reduce a ser espectadores pasivos. A veces la participación es una forma de entretenimiento utilizada para decidir cuestiones banales y parciales, por ejemplo sobre un color, una selección de proyectos de diseño de un espacio público u otras intervenciones de carácter decorativo. Cuando esto se produce, el ciudadano puede no sentirse motivado porque se da cuenta del escaso valor de las decisiones puestas en juego, y si decide participar no siempre conoce o tiene las herramientas negociadoras que el proceso requiere.

Son muchos los que quieren o hablan de participación, pero ésta no siempre se consigue y, cuando se logra, a veces molesta. La participación conlleva el componente crítico y autocrítico, y esto es algo que no se asume fácilmente. Requiere de habilidades negociadoras, comunicativas y desprender una fuerte dosis de confianza para llevarse a cabo. La participación es un arma de doble filo, una herramienta perversa que la socialdemocracia ha puesto en funcionamiento con el fin de promover una sociedad pacífica y democrática, pero el espacio social en el que debe articularse se basa en el conflicto. La articulación entre participación y conflicto no es de fácil resolución.

En algunos ámbitos del arte también está muy presente la participación. Son muchos los artistas y colectivos que pretenden incorporar en sus prácticas estrategias participativas con el fin de incidir en el espacio social. Igual que en otros campos, a veces, es una realidad y a veces una ficción. De todas formas en el arte contemporáneo ha habido distintos intentos de romper la comunicación unidireccional con el público, de manera que en los años 60 se iniciaron algunas de las prácticas que posteriormente se han ido explorando. En un primer momento, era prioritario abrir la obra de arte a la participación del público. Aparecen así las obras participadas, donde el evento temporal, la performance o la disolución del arte con la vida toman una vía expandida de interacción. Sin embargo, esto es aún insuficiente si lo que pretendemos es disolver la práctica artística entre múltiples agentes participantes y aprovechar la creatividad de las personas para promover una acción colectiva. Todos podemos desarrollar nuestra creatividad si encontramos el entorno adecuado para poder dedicar tiempo, crear las redes necesarias y canalizar la energía en algo potencialmente transformador. Desde las prácticas espaciales, en la intersección entre lo global y lo local, entre el arte, la arquitectura, la fotografía o el ensayo surgen propuestas y reflexiones sobre el concepto de participar. Bajo el título "¿Alguien dijo participar?" se recogen en esta publicación algunas derivas sobre este concepto. De esta forma, sus autores Markus Miessen y Shumon Basar afirman: "La participación es simplemente una táctica de curiosidad cómplice, escalada al espacio en el que te encuentras" (Miessen, 2009). Apelando a Michel de Certeau (de Certeau, Michel. *op. cit.*) cuando dice que la gente o "el practicante" es capaz de invertir la supuesta dinámica de poder en una situación dada se pueden desarrollar micro resistencias movilizadas a partir de las prácticas cotidianas: el débil se hace fuerte. Y esta resistencia puede adquirir una dimensión colectiva. Haciendo referencia a la participación, Hans Ulrich Obrist comenta: "¿Cómo debe ser el lenguaje para que favorezca la participación y la promueva? Creo que esta cuestión aún no se ha explorado en muchos ámbitos diferentes: por lo que creo que la cuestión crucial

consiste en utilizar un lenguaje que la gente pueda entender y, finalmente, penetrar en su uso. Por lo tanto el proceso, en mi opinión, tomará más tiempo en adquirir forma. La participación es algo que debe empezar y, esto es algo que no se debe olvidar, dura para siempre" (Miessen, Markus y Basar, Shumon. *op. cit.*, p.18).

La creatividad, la acción colectiva y las prácticas artísticas que se ponen en relación con el barrio deben tratarse desde el cruce de diversas disciplinas: el arte, la arquitectura, el trabajo social y la política (<http://idensitat.net>)¹⁶. Estamos ante un panorama cambiante en lo que concierne a la acción colectiva, y que reclama una necesidad de expandir los procesos de creatividad más allá de las disciplinas que tradicionalmente se han reconocido como sus capitalizadoras. Abordar ciertas prácticas desde la perspectiva de las disciplinas se torna obsoleto y carece de eficacia si lo que se pretende es expandir la capacidad de acción de la que puede dotarnos la creatividad entendida como herramienta y arma política que todo ciudadano posee cuando la pone en circulación y establece formas de relación con los demás. "La creatividad pasa a valorarse, en el sentido más extenso, no sólo como producción de objetos o formas novedosas, sino también como capacidad de resolver problemas y explotar recursos de modo inéditos" (García Canclini, 2007). Expandir la capacidad creativa, poder dedicar el tiempo y el esfuerzo necesario que ello supone en algo que pueda articularse colectivamente, ser capaz de infundir la confianza necesaria para poder compartir proyectos, adquirir la capacidad de comunicar para que los demás comprendan la necesidad de involucrarse en un proyecto, todo esto es ahondar en las estrategias de algo que corre el peligro de tornarse demasiado nombrado: la participación.

Las dudas que surgen sobre cómo abordar la participación, dónde aplicarla o cuando impulsarla son menores si no tenemos definidos los porqués. La participación puede plantearse de forma simple como un mecanismo para enredar a las personas. "Enredar" utilizado aquí en el sentido de hacerlas partícipes de una red pero también de barullo, de confusión, de meterse en algo que nos afecta a todos. Si no se tiene claro porqué es necesario activar un proceso participativo, qué es lo que se puede ofrecer y qué es lo que se quiere obtener, si no se conoce el espacio social donde se va a realizar, si no se hace transparente el proceso, mejor no "enredar" al personal. Si el objetivo consiste en multiplicar la capacidad crítica, posibilitar complicidades, generar procesos de intercambio de experiencias y promover algún tipo de cambio que afecte al contexto, entonces estamos potenciando la creatividad social para aplicarla a acciones colectivas. Es indiferente que se active desde las prácticas artísticas, las prácticas de dinamización sociocultural o las arquitecturas colectivas, ya que el objetivo es incitar algún tipo de cambio. De hecho, constituye una acción política porque engendra un potencial y una voluntad de transformación, ejerciendo el derecho que todo ciudadano tiene de participar en la construcción del mundo en el que vive. Para unos es el barrio, para otros la ciudad y para otros el continuo transitar entre distintos lugares. Participar en estos procesos de transformación es un derecho, tal y como ha señalado David Harvey "el derecho a la ciudad no es simplemente el derecho de acceso a lo que ya existe, sino el derecho a cambiarlo a partir de nuestros anhelos más profundos"(Harvey, 2008) Pero también nos recuerda que es un territorio de confusión, conflictos y violencia como nos ha evidenciado la historia. La calma y el civismo han sido la excepción. La ciudad y los barrios han sido escenario de destrucción creativa, pero han sobrevivido y, a partir de nuevas acciones creativas, se han reconstruido, reinventado e incluso han planteado innovaciones. Todo proceso participativo conlleva esta práctica a la vez creativa y destructiva. Es por esto que asusta y los gestores políticos tienden a ejercerla bajo control. La concejalía de participación ciudadana que existe en la mayoría de municipios, más que un instrumento para potenciar la participación es, quizás en muchos casos, la herramienta para el control y domesticación de la

¹⁶

Para más información ver <http://idensitat.net> y pàgs 1 y 2 de este texto.

participación.

El arte padece una crisis sistémica que hace que el momento actual sea muy potente a la hora de buscar vías alternativas y desarrollar prácticas que justifiquen su existencia y labor en el espacio social. Hay ganas de introducir cambios, hay mucha gente moviendo proyectos para poderlos llevar a cabo y todos necesitan aprender de la metodología de los otros para ser cada vez más efectivos.

Los procesos colaborativos se imponen en muchas de las prácticas contemporáneas. Hal Foster habla de una "promiscuidad de colaboraciones" en un texto donde problematiza los conceptos de participación y colaboración en el arte contemporáneo que, según él, conlleva a generar una "promiscuidad de instalaciones" (Foster, 2006) que son la que pueden verse en múltiples bienales. Instalaciones que, siempre según Foster, aglutinan numerosos textos, vídeos, objetos, ocasionando un efecto más caótico que comunicativo. El arte que se genera en estas circunstancias, en muchos casos, plantea problemas de visualización en los tradicionales espacios de representación. En este tipo de trabajos adquieren importancia de base numerosos elementos como las discusiones, los encuentros, las vivencias y los acuerdos. Son todos ellos parte imprescindible del proceso de socialización creativa. Constituyen en muchos casos la propia obra. Este tipo de procesos no son fácilmente traducibles en el limitado espacio expositivo, aún esencial en el ámbito del arte. Los proyectos basados en procesos colaborativos y participativos, no pueden analizarse desde la lógica de la habitual puesta en escena, forman parte de un territorio de transversalidad que activa nuevas prácticas culturales capaces de incidir de manera activa en el contexto social.

Creo que en este caso, debemos hablar de acción cultural, más que de arte, arquitectura, economía, legislación o cualquier otra disciplina relacionable con algunos de los matices que tienen los trabajos que se presentan en esta publicación. La acción cultural según Teixeira Coelho consiste en establecer puentes entre las personas y el proyecto, permitiendo que éstas participen en el universo cultural. El proyecto actúa de mediador para que las personas se relacionen y desarrollen su dimensión creativa en un ámbito común o compartido. Uno de los objetivos consiste en disipar la incomunicabilidad social a través de disminuir "la tentación a la inercia y a la pasividad que indistintamente afecta a la mayoría en los tiempos de comunicación de masas" (Coelho, 2009). Plantear que estos proyectos forman parte de una acción cultural es reconocer que son proactivos en una labor socializadora en la que se fomenta el espíritu crítico, se formulan alternativas a partir de la creatividad, se construye una experiencia de coparticipación y, en algunos casos, induce a una continuidad a más largo plazo, actuando de germen, vivero, herramienta o reactivador de otros proyectos.

REFERÊNCIAS

Appadurai, Arjun. *La modernidad desbordada*. Argentina: Ed. Ediciones Trilces y Fondo de Cultura Económica, 2001, p.193

Beck, Ulrich. *La sociedad del riesgo mundial*. Barcelona: Ed. Paidós, 2007, p.20

_____. *¿Qué es la Globalización?. Falacias del globalismo, respuestas a la globalización* Barcelona: Ed. Paidós, 2008, p. 150

Certeau, Michel. *La invención de lo cotidiano. 1 Artes de hacer*. México DF: Universidad Iberoamericana, 1996.

Coelho, Teixeira. *Diccionario crítico de política cultural. Cultura e imaginario*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2009

Foster, Hal. "Chat Rooms//2004". En Bishop, Claire (ed.). Participation. London: Whitechapel Gallery. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2006, p. 190-195

García Canclini, Néstor. *Lectores, espectadores e internautas*. Barcelona: Gedisa Editorial, 2007, p. 54

Harvey, David. "El derecho a la ciudad". [artículo en línea]. Kaosenlared.net, en: <<http://www.kaosenlared.net/noticia/el-derecho-a-la-ciudad>>, 2008, [consulta: 30/11/09]

Lipovsky, Gilles. Serroy, Jean. *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*. Barcelona: Ed. Anagrama, 2010, p. 49

Miessen, Markus y Basar, Shumon. *¿Alguien dijo participar? Un atlas de Prácticas Espaciales*. DPR-Barcelona, Barcelona, 2009, p.29

Touraine, Alain. *La mirada social. Un marco de pensamiento distinto para el siglo XXI*. Barcelona: Ed. Paidós, 2007

Virilio, Paul. *Un paisaje de acontecimientos*. Buenos Aires: Ed. Paidós, 1997

"Ciudades Creativas: fomentar el desarrollo social y económico a través de las industrias culturales" <http://portal.unesco.org>, 2004

L'implacable réquisitoire du député Wodarg en L'Humanité 6-1-2010. Consultado en <http://www.humanite.fr/node/12282>

ACVIC Centre d'Arts Contemporànies

C/ Sant Francesc, 1 - 08500 Vic

Contacte: [info\[at\]acvic.org](mailto:info@acvic.org)

Direcció: **Ramon Parramon**

ACVIC Centre d'Arts Contemporànies és un equipament cultural públic per a la promoció de la creació, la investigació, la producció i la difusió de propostes vinculades a les pràctiques artístiques contemporànies. És un centre compromès amb el seu entorn immediat que treballa amb el context nacional i internacional, per difondre la seva pròpia activitat, per acollir i interactuar amb experiències, artistes i actors culturals externs, en una lògica de coparticipació en l'esdevenir global de les pràctiques artístiques contemporànies.

Expediente

Editora responsável

Profa. Dra. Maria Claudia Bonadio

Comitê editorial

Profa. Dra. Maria Eduarda Araujo Guimarães

Prof. Ms. João Kulcsar Junior

Profa. Ms. Isaura da Cunha Seppi

Prof. Dr. Paulo de Tarso Oliva Barreto

Secretaria executiva

Luciana Mara Ribeiro Marino

Coordenação

Pollyana Roberta Sabino dos Reis

Secretária executiva

Adailton Ferreira de Souza Junior

Editoração eletrônica

Conselho científico

Prof. Dr. Aldrin Moura

Figueiredo

Universidade Federal do

Paraná

Prof. Dr. Alexandre Bergamo

Universidade Federal de Santa

Catarina

Prof. Dr. Antônio Albino

Canelas Rubim

Universidade Federal da Bahia

Christopher Breward

Victoria & Albert Museum

Prof. Dr. Edward de Alencar

Castelo Branco

Universidade Federal do Piauí

Profa. Dra. Evelise Anicet

Ruthschilling

Universidade Federal do Rio

Grande do Sul

Francesca Polese

Bocconi University

Prof. Dr. Joanne Entwistle

London College of Fashion

Profa. Dra. Kathia Castilho

Universidade Anhembi

Morumbi

Prof. Dr. Lars Fr. H.

Svendsen

University of Bergen –

Noruega

Clémence Jouët-Pastré

Havard University

Andrea Saltzman

Universidad de Buenos Aires

Profa. Dra. Lilian Amaral

Nunes

Universidade Estadual Paulista

Profa. Dra. Ludmila Brandão

Universidade Federal de Mato

Grosso

Profa. Dra. Maria Celeste

Mira

Pontifícia Universidade

Católica de São Paulo

Profa. Dra. Maria Cristina

Volpi Nacif

Universidade Federal do Rio
de Janeiro

Profa. Dra. Maria Eunice

Maciel

Universidade Federal do Rio
Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Lúcia

Bueno

Universidade federal de Juiz
de Fora

Profa. Dra. Maria Luísa

Malato da Rosa Borralho

Universidade do Porto

Profa. Dra. Nizia Vilaça

Universidade Federal do Rio
de Janeiro

Profa. Dra. Regina Root

William & Mary College

Profa. Dra. Silvia Cristina de

Souza Martins

Universidade Estadual de

Londrina

Agradecimento especial à Maria Cecília Consolo pela concepção visual da revista

Institucional

**Senac - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
Administração Regional no Estado de São Paulo**

Conselho Regional do Senac São Paulo

Efetivos

**Abram Szajman
Akira Kido
Alberto Webeman
Argemiro de Barros Araújo
Arlette Cângero de Paula Campos
Elisete Berchiol da Silva Iwai
Garabed Kenchian
Haroldo Silveira Piccina
José Camargo Hernandes
José Carlos Buchala Moreira
José Domingues Vinhal
Luiz Antonio de Medeiros Neto
Luiz Francisco de Assis Salgado
Pedro Zidoi Sdoia
Rubens Torres Medrano
Ruy Pedro de Moraes Nazarian
Wilson Hiroshi Tanaka**

Suplentes

**Antonio Henrique Medeiros Duarte
Arnaldo Augusto Ciquielo Borges
Atílio Carlos Daneze
Frednes Correa Leite
Gener Silva
George Assad Chahade
José Antonio Scomparin
Lucíola Rodrigues Jaime
Ludgero Migliavacca
Luiz Armando Lippel Braga
Mariza Medeiros Scaranci
Michel Jorge Saad
Osvaldo Bandini
Roberto Arutim**

Representantes junto ao Conselho Nacional

Efetivos

**Abram Szajman
Marcio Olívio Fernandes da Costa
Marco Aurélio Sprovieri Rodrigues
Diretor Regional
Luiz Francisco de A. Salgado
Superintendente de Operações
Lucila Mara Sbrana Sciotti**

Suplentes

**Dario Miguel Pedro
Edson Gaglianone
Felicía Aparecida de Souza Areias
Superintendente Administrativo
Darcio Sayad Maia
Superintendente Universitário e
de Desenvolvimento
Luiz Carlos Dourado**

Centro Universitário Senac

Reitor

Sidney Zaganin Latorre

Diretora de Extensão

Márcia Cavalheiro Rodrigues de Almeida

Diretora do Sistema de Informação de Biblioteca

Jeane dos Reis Passos

Diretora de Registro Acadêmico

Izabela Ottoni Santa Martha Piquet Guimarães

Diretora do Centro Universitário Senac - Campus Campos do Jordão

Maria Stela Reis Crotti

Diretor Administrativo

Esmeraldo Batista de Oliveira

Diretora de Avaliação Institucional

Maria Angela Marques Ambrizi Bissoli

Diretora do Centro Universitário Senac - Campus Águas de São Pedro

Cícera Carla Bezerra da Silva