



Os artistas contemporâneos nas micronarrativas da web¹

Rafaella Prata RABELLO²

Christina Ferraz MUSSE³

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

Resumo: Neste artigo procuramos refletir sobre os artistas virtuais da atualidade, que além de terem uma luta política, defendem suas causas pessoais no espaço na internet. Vamos estudar a produção de vídeos independentes na periferia de Juiz de Fora, localizada na região sudeste do Brasil, a partir de 2000. Buscamos entender esta nova visibilidade e os rumos que o ciberativismo toma no momento em que o sujeito passa a não ter somente “15 minutos de fama”, mais também a transformar sua realidade e de pessoas que o cercam.

Palavras-chave: internet; comunidade; audiovisual; narrativa; comunicação.

1 Introdução

O desenvolvimento do vídeo deu *boom* a uma manifestação: a produção independente. O que caracteriza e difere este movimento novo é a sua vocação política, que transcende o estético e o comercial na busca por espaços definitivos. A Comunicação Social usa dos veículos de mídia tradicional há tempos para mostrar a vida de diversas aldeias sociais. Porém, a transmissão midiática traz no seu discurso cristalizações de visões de mundo, preconceitos, concepções de classe, interesses mercadológicos e motivações políticas.

Na atualidade, através da disponibilidade de tecnologias, os rostos das comunidades desejam se revelar e produzir os próprios conteúdos. A arte do espaço

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na região Nordeste realizado de 02 a 06 de setembro de 2011.

² Estudante de Graduação 7º semestre do curso de Jornalismo do CES/JF e 5º semestre do curso de Letras UFJF, e-mail: rafaella_prata@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho e coordenadora do projeto: Cidade e memória: a construção da identidade urbana pela narrativa audiovisual. E-mail: musse@terra.com.br



real mergulha na virtualidade e o espectador torna-se autor. Este autor produz conteúdo de acordo com os seus gostos e vivências. Ele edita, reproduz, comenta e é comentado. Amigos ou até desconhecidos têm a possibilidade de compartilhar o conteúdo bruto e também de transportá-lo para outra linguagem, de acordo com o próprio interesse.

Em projetos como o *site YouTube*, que surgiu em 2005 e tem o domínio do *Google*, permite-se o compartilhamento de vídeos de pessoas de qualquer parte do mundo. Esta plataforma consente que elas transmitam o vídeo, contabilizem seus acessos e aprendam a lidar com esta nova ferramenta de interação que pode gerar uma fama instantânea dos autores. Como o conteúdo é abrangente, cada nicho social pode encontrar seu espaço no *site* e relacionar o seu vídeo a outros que abordem questões parecidas. Uma grande rede de informação de diversos assuntos se forma.

Em maio de 2009, o *YouTube* já recebia 20 horas de *uploads* por minuto, segundo um *post* publicado por Ryan Junee, gerente de produto do *site*, no *blog* oficial do *YouTube*⁴. Os vídeos têm vários formatos e no máximo quinze minutos de duração. Este dado, de matéria do *site Mac magazine*⁵ menciona no título que a expansão de dez para quinze minutos de cada vídeo se deu por um desejo da empresa de permitir que todos tenham seus “15 minutos de fama”. Em matéria do portal laboratório⁶ da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) extrai o dado de que diariamente são postados vinte mil vídeos no *YouTube*.

Os números da pesquisa *Allot MobileTrends Report*, feita pela *Allot Communications* no segundo semestre do ano passado com dados das principais operadoras móveis do mundo, divulgada no *site Terra*⁷, no dia oito de junho de 2011, mostram que o *YouTube* é o *site* que respondeu pela maior parte do tráfego de dados de banda larga móvel no mundo no segundo semestre de 2010, representando 17% do total. O *streaming* (relativo à informação que é transmitida em tempo real pela Internet) de

⁴http://youtube-global.blogspot.com/2009/05/zoinks-20-hours-of-video-uploaded-every_20.html acesso em 30 de junho de 2011.

⁵<http://macmagazine.com.br/2010/07/29/youtube-expande-limite-de-tempo-para-videos-quer-que-todos-tenham-direito-a-15-minutos-de-fama/> Acesso em 14 de julho de 2011.

⁶<http://www.fafich.ufmg.br/tubo/criacao/iptv/novas-midias-e-internet/you-tube-e-a-infinitude-da-rede-virtual/> Acesso em 14 de julho de 2011.

⁷<http://tecnologia.terra.com.br/noticias/0,,OI4936109EI12884,00YouTube+representa+do+uso+de+dados+da+banda+larga+movel.html> acesso em 30 de junho de 2011.



vídeo representa 37% dos dados transferidos em 2010, e o *YouTube* foi responsável por 45% desses dados.

2 Comunicação alternativa na internet

A internet possibilita ao homem um espaço de navegação amplo, onde o internauta pode aprender a criar e compartilhar conhecimento. Por ser um meio de comunicação aberto, que se mostra como um espaço democrático. O espaço é disponível e pode ser acessado a qualquer hora e lugar. Para falar de internet, Muniz Sodré traz a metáfora explicativa da rede como um diferencial na aceleração distributiva dos processos. Critica o fato de que ela “não é a mera presença da técnica nos processos sociais, e sim a singular relação intensificadora das neotecnologias com o fluxo temporal” (SODRÉ, 2002, p. 184), sob o prisma da velocidade e da fluidez das conexões. As pessoas passam a ter o poder da comunicação em tempo real, como nas reportagens ao vivo da TV. A espontaneidade e o improviso do rádio.

Sodré entende que, com as tecnologias do som e da imagem (rádio, cinema e televisão), constituiu-se o campo visual, “e o receptor passou a acolher o mundo em seu fluxo, os fatos e coisas reapresentados a partir da simulação do tempo ‘vivo’ ou real” (SODRÉ, 2002, p.187). O autor ainda define a cultura da simulação ou do fluxo, que faz da “representação apresentativa” uma nova forma de vida.

Para tratarmos da participação comunitária na *web*, contamos com o auxílio de Cecília Peruzzo. A autora entende que o meio acaba se tornando um instrumento das classes subalternas para externar sua concepção de mundo, seu anseio e compromisso na construção de uma sociedade igualitária e socialmente justa. (PERUZZO, 2006, p.4) Na internet estas classes aparecem sem sofrerem uma edição de suas falas e gestos, como em telejornais da grande mídia. Elas se mostram da maneira que são ou que desejam ser no real. O meio não impede a publicação de nada, no caso do *YouTube*, desde que o usuário tenha uma conta. Tudo pode ser exposto da maneira que se desejar, mas o vídeo pode ser posteriormente retirado do ar se o conteúdo postado for inadequado. Podemos citar, por exemplo, conteúdos pornográficos proibidos para menores de dezoito anos.

Existe um reflexo até na auto-estima das comunidades. O espelho delas não é mais aquele da família que mora num bairro de luxo de uma grande cidade, que tem



grande poder aquisitivo, como mostra a telenovela. Antes, a classe nobre falava pelas pessoas da comunidade. Nas produções recentes existe uma inserção de pessoas da periferia que falam por si próprias. A sua família agora se volta para outra construção do real, que escapa ao controle dos meios hegemônicos. A vaidade já não é mais aguçada pelo que se vê no outro, porque o seu espaço também pode ser representado e definido agora, só dependendo de alguns cliques. Os grupos sociais não precisam ser segmentos pelo direito de ter a palavra ou de se mostrar.

Peruzzo complementa que os projetos de comunicação nos meios comunitários, geralmente assumidos por adolescentes e jovens, ajudam na auto-estima e cidadania nas regiões carentes de infra-estrutura (PERUZZO, 2005, p.6). Outra questão levantada por ela é de que o modo combativo das comunicações populares abre espaço para congregação do lúdico, da cultura e do divertimento para negociações, sem, porém, deixar o aspecto da contestação. A pesquisadora entende a comunicação popular comunitária como sendo feita pelas organizações e movimentos populares:

A comunicação comunitária se caracteriza por processos de comunicação baseados em princípios públicos, tais como não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de educação, cultura e ampliação da cidadania (PERUZZO, 2006, p.9).

O vídeo aparece como um meio de comunicação alternativo. Mesmo assim, devemos reconhecer que “nas práticas sociais, os processos comunicacionais são holísticos. Não se dissociam de mobilizações mais amplas e podem assumir hibridismo de linguagem, formatos e conteúdos”. (PERUZZO, 2008, p. 11) Antes de pensarmos sobre a difusão deste meio alternativo na internet, vamos entender a diferença entre comunicação comunitária e comunicação popular-alternativa formulada por Peruzzo.

Para ela, a comunicação comunitária envolve a participação dos cidadãos na produção, emissão e recepção dos conteúdos, tornando-se um canal de comunicação do movimento em questão. A comunicação popular-alternativa envolve a participação, mas não são assumidos pela comunidade como um todo, podem ser de iniciativa de indivíduos que não estão ligados a instituições. As iniciativas podem ser em bairros, comunidades, movimentos sociais, organizações civis que buscam a justiça social, ou individuais com o objetivo de expor alguma coisa pessoal. O anônimo na busca de se tornar conhecido.



Agora sim, podemos saber desta chegada à *web* de uma destas formas de comunicação. Pacheco (2002) analisa a comunicação alternativa distribuída na internet e atribui o privilégio das comunicações transversais à rede e comenta que ela: “faz do usuário um ator/espectador, um produtor/consumidor e um quase objeto, quase sujeito, e que tem como modelo os sistemas abertos biológicos e é regida por uma lógica do compartilhamento e da abundância e do espaço intermediário” (PACHECO, 2002, p. 119).

3 A difusão contra-hegemônica na rede

A *internet* permite que as vozes do discurso encontrem uma possibilidade de difusão impressionante. Moraes explica que a malha hipertextual, em retroalimentação contínua, impulsiona a formação de redes que englobam fluxos informativos, manifestações culturais e interferências cognitivas. E ainda considera que as redes distinguem-se como sistemas organizacionais com estruturas flexíveis e colaborativas baseadas em afinidades, objetivos e temáticas comuns entre os integrantes, a partir da regra ou modalidade de convívio compartilhado (MORAES, 2008, p.43).

A convivência virtual sociabiliza e favorece contato entre atores coletivos cujas identidades trocam projetos culturais, éticos, morais e de resistência à globalização. Os vínculos entre os membros podem ser duradouros ou circunstanciais. Seus compartilhamentos aparecem em arquivos audiovisuais de aspirações comuns, com forças de reivindicação até internacionais. O engajamento das pessoas é comunicacional, ideológico e político, já que as suas forças têm uma ação a favor da popularização da vida social. Além disso, as trocas não exigem grande capacidade operacional, fazendo-se com que as iniciativas não enfrentem burocracia, típica do sistema tradicional globalizado, capitalista.

Para Moraes (2008), a *web* oferece várias dimensões de comunicação. Vamos comentar aqui alguns pontos abordados. O primeiro deles seria a defesa da universalização dos direitos democráticos. Observamos que a internet é um meio relativamente barato, visto que além do domicílio, que é pago, a pessoa pode usufruir do serviço em locais públicos ou em *lan houses* com preço acessível. Além desse fator financeiro, não importa a cor, classe social, crença ou cultura do sujeito, a internet reúne todos os povos ao mesmo tempo.



A descentralização da informação a qualquer ponto da rede, que pode estabelecer troca com outros pontos facilita uma intertextualidade entre os discursos e uma ampliação de fala dos indivíduos. Cada comentário pode gerar um eco, um burburinho, por assim dizer. Define-se burburinho por som indefinido de várias pessoas falando ao mesmo tempo. A informação não é mais produzida para atender ao interesse público, ela é feita pelo mesmo.

Os dados podem ser divulgados sem burocracias midiáticas; a pauta, sua realização e finalização são de responsabilidade única do autor. O olhar mais importante é o dele, graças as suas observações do meio que convive. A influência da indústria cultural aparece de outras formas. Os hábitos das pessoas, o modo de vida capitalista, as novas formas de artes e artistas. A arte não somente pela agenda, ou pela escolha do *mass mídia*, mas focada na vida popular, dinâmica e fluida.

O formato da internet incentiva a hipertextualidade; (leitores podem adicionar comentários, informações, publicar textos,) e ainda podem reproduzir informações comerciais desde que tenham o cuidado de citar a fonte. Temos *links* dos mais variados assuntos disponíveis na rede. Às vezes, no próprio texto surgem ganchos abrangentes ou relacionados ao tema de determinada elucidação. O texto pode ser profundo ou objetivo, subjetivo ou irreverente.

4 Como a comunidade se mostra na internet

O ritmo da produção independente denota a cultura de sua comunidade de forma explícita, visceral. Mas, até que ponto pode-se considerar que a tal contra hegemonia se faz presente numa sociedade em que as pessoas muitas vezes precisam apenas massagear o seu ego para se sentirem aceitas em grupos? Vale-se partir da análise de como a comunidade deseja construir sua comunicação e o que ela demonstra dos perfis dos cidadãos participantes.

A professora Raquel Paiva (1998) discute que o surgimento de produtos de informação a partir dos grupos comunitários tem ótica local, de tema relacionado ao particular, ao que interessa especificamente àquele grupo, e de conscientização de sua realidade. Com o reforço de uma das características da comunidade: “a das relações de pertencimento entre seus membros, e conseqüentemente o poder reivindicatório, que se instala a partir da informação numa ótica pragmática, não como um propósito



meramente promocional, mas de melhoria da condição de vida do indivíduo” (PAIVA, 1998, p.58).

Ou seja, a união desse povo procura solucionar os problemas que são objetos de seu cotidiano. Por mais que se trate às vezes de uma vaidade individual, quando pessoas gravam vídeos de dança, música, ou qualquer outra arte, ali também está agregado o seu valor comunitário. Elas demonstram como aprenderam a interpretar os signos que definem sua condição social.

Quando alguém da periferia grava um rap e o reproduz na internet, falando dos argumentos mencionados, ela (e) está tentando dizer que também se importa e que não é alienado. Já que, o mesmo poderia simplesmente falar de coisas leves ou prazerosas, como o amor, as coisas boas da vida. Mas, não. O artista da comunidade é solidário e tem orgulho de dizer pelos outros, de fazer a oportunidade surgir, porque muitos não a possuem. Um vídeo de alguns minutos no *youtube* pode ser o motivo exato para que aprendam a se respeitar e educar uns aos outros para enfrentar as guerras diárias.

O Brasil é o quinto maior país do mundo em extensão territorial e possui cerca de 190 milhões de habitantes⁸, segundo o censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A diversidade cultural é facilmente identificada se pegarmos, por exemplo, um cidadão do norte do país e outro da região sul. O dialeto, a moda, as preferências são algumas questões observadas nitidamente. Em contraponto, temos o discurso hegemônico dos grandes meios que, de certa forma, pasteurizam o real.

Se a cada dia, uma pessoa da periferia resolve aparecer num ponto da rede e questionar o sistema, a contra-hegemonia se faz presente, sim. Paiva (1998) defende nessa direção a importância das narrativas no interior de uma comunidade. Isto porque sua interpretação pode definir a organicidade do corpo social, a maneira como o grupo de indivíduos se relaciona com o mundo. “A seleção do que merece ser interpretado, repassado e revivido determina o espírito da comunidade”. (PAIVA, 1998, p. 58)

É visível que existem diferenças entre o grupo dos surfistas, dos religiosos, dos emos, das patricinhas, dos caipiras, dos *hippies*, dos universitários, dos intelectuais, dos políticos, dos ecologistas, dos fanáticos por futebol, etc. Poderíamos citar aqui várias particularidades de cada nicho, mas vamos nos deter na comunidade, ao grupo do artista

⁸ http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default_sinopse.shtm acesso em 30 de junho de 2011.



da periferia. É construído então um espaço reflexivo a partir do ponto de vista do artista que está inserido na obra. A pluralidade dos pensamentos e ações se faz presente na arte, que será pautada neste trabalho a partir de produções audiovisuais independentes. Com os avanços técnicos e a estética diluída, a que as vanguardas recorreram para instigar o espectador, o grande público passou a se familiarizar com este contexto.

As pessoas passam a se sentir capazes de pegar uma câmera, filmarem seu espaço e divulgarem este material da forma que desejarem. Figueiredo (2010) defende a revalorização da narrativa como instância de organização da experiência.

As micronarrativas passam a ser consideradas também como um recurso utilizado pelo indivíduo, em sua solidão existencial, para se conectar com o outro e para reatar os fios partidos das narrativas identitárias, assumindo-se como centro de definição do sentido de sua própria vida. As narrativas locais de experiências vividas se opoiam, tanto à temporalidade associada ao progresso pela modernidade, quanto ao esvaziamento do tempo operado pelo cibercapitalismo e pela globalização (FIGUEIREDO, 2010, p 88).

O autor não depende mais da agenda midiática local ou nacional para fazer reclamações, mostrar sua arte ou apenas para sua autopromoção. Ele cria um material, posta em alguma rede social, como blogs, páginas de relacionamentos, como o *Orkut*, *Facebook*, *Twitter*, ou produz um vídeo e posta no *YouTube*. A partir da intenção de um indivíduo que deseja publicar algo na internet, a massa tem acesso e, conseqüentemente, conhecimento dos fatos com mais praticidade e velocidade. A própria mídia utiliza alguns destes materiais para complementar a cobertura de algum assunto relevante. Tornou-se comum e usual a busca por notícias na rede.

Outra questão que conta muito e que sempre foi motivo de preocupação para a mídia é a credibilidade. Os valores do jornalista, por mais respeitado que seja como profissional, podem comprometer a transmissão da informação. Com a internet e as próprias pessoas criando o conteúdo tal problema pode ser minimizado, mas também há histórias que são inventadas para fins de entretenimento e acabam sendo creditadas como verdade coletiva por certo tempo. Um simples vídeo de alguns segundos produzido em celular pode se tornar uma prova de um grande acontecimento, e talvez, gerar fama para os novos rostos.

O indivíduo é transformado pela virtualidade. Figueiredo (2010) comenta que nas construções contemporâneas aquele que narra passa a ser valorizado como lugar de ancoragem, na primeira pessoa, sem que seu relato precise respeitar o pacto de relação



com o formato das mídias. O artista mantém o elo com o real em função de ser a voz que narra, de sua auto-referência. O que passa a importar é o seu olhar perante a comunidade. A autora também distingue as diferentes produções e estabelece uma prioridade:

Em meio à guerra de relatos, toma-se partido daquele que parte do indivíduo comum, não porque seja mais fiel aos fatos, mas porque tem a marca pessoal, constituindo um esforço voltado para a construção da memória, da identidade e do sentido (FIGUEIREIDO, 2010, p.94).

Entendemos que tal esforço dos conceitos mencionados colabora ainda para desdobramentos que levam ao fortalecimento da defesa de determinadas causas sociais, pelo valor afetivo, intelectual e representativo que podem ser estabelecidos tanto no indivíduo, quanto no grupo do qual faz parte.

5 A consolidação da webmídia

Moraes (2008) colabora novamente com as suas reflexões. O autor discorre sobre fatores determinantes da permanência do discurso comunitário na internet. A consolidação para ele depende da definição de estratégias de comunicação que valorizem as potencialidades multimídias, porque na internet podemos postar um vídeo e com ele inserirmos imagens, textos com dados sobre a gravação ou do assunto, espaços para comentários, publicidades e *chats* que reforcem a discussão. Para isso, é necessária constante e criativa renovação visual das webmídias como forma de atração do internauta.

A linguagem deve ser acessível, respeitando variações de dialeto e diferenças entre norma culta e coloquial. O importante é dar margem para interpretação. As pautas precisam de ousadia, porque do aspecto comum a mídia tradicional já trata. Experimentar novas linguagens enriquece a produção audiovisual.

Representantes de organizações da sociedade civil devem ser incluídos na gestão de redes públicas ou financiadas por instituições governamentais, para que cada classe possa ser levada em consideração na definição de estratégias comunicacionais. Neste sentido, a oferta de conteúdos e serviços deve respeitar peculiaridades locais, regionais e nacionais.



Um comentário crucial que colabora para o que estamos estudando neste artigo é o estímulo à formação de redes comunitárias, porque a periferia é maioria num país em que as riquezas são concentradas nas mãos de muito poucos. E para criação destas redes precisa-se de um aumento substancial do número de usuários, o que depende da superação de entraves econômico-financeiros (custo de computadores, linhas e tarifas telefônicas, acesso em banda larga).

Para finalizar, Moraes (2008) também defende a elaboração de projetos públicos de inclusão digital, conciliando soluções tecnológicas com programas educativos. Porque além de produzir conteúdo audiovisual independente, a comunidade pode aprender a prestar esses serviços com mais qualidade técnica, potencializando sua repercussão na sociedade. Portanto, a credibilidade dos novos artistas, seu acesso às ferramentas de trabalho, no caso, da *Web* e a qualificação profissional dependem de incentivo governamental e da sociedade civil em geral para que este movimento possa se firmar enquanto discurso formal.

6 A fama da transexual juizforana Xuxú

Na cidade de Juiz de Fora, Minas Gerais, temos o exemplo da transexual Xuxú que mora no bairro carente Santa Cândida, pertencente à região Leste da cidade. Xuxú, com apenas 22 anos, saiu da sua comunidade e mora atualmente no Rio de Janeiro. A artista busca sua realização na música *hip hop*. Tornou-se famosa após postar um vídeo em outubro de 2008 no *YouTube*⁹, que já teve mais de 504 mil e 65 acessos. Na exposição ela canta e dança no cenário de um parque. A letra do seu rap fala sobre preconceito contra homossexual, negros e moradores de lugares carentes. Os marginalizados são temas de suas canções.

Através da sua imagem, da sua postura, Xuxú tenta levar consigo as marcas de sua comunidade. A cantora trata de temas políticos, mas gera uma revolução individual, pois também se preocupa com sua carreira, a ascensão particular. No caso de Xuxú, devemos entender melhor de que maneira ela soube provocar o público para obter retorno. Depois da produção de seu primeiro vídeo de 2008, Xuxú foi convidada em

⁹ http://www.youtube.com/watch?v=ygQ6ZnboEFU&feature=player_embedded#at=105 acesso em 01 de julho de 2011.

maio de 2009 a participar de um programa eleitoral de uma candidata à prefeitura de Juiz de Fora. A voz dela saiu da rede, da periferia e caiu na TV em horário nobre. O seu discurso teria neste momento mais uma chance de ser respeitado e levado a sério.

Vale lembrar também que a repercussão de seu vídeo mais conhecido, *'A pantera cor de rosa'* foi tão grande, que em setembro do mesmo ano teve indicação como *web hit* do ano no prêmio VMB da emissora MTV. O público jovem de todo país poderia conhecer melhor o seu trabalho. Xuxú passa a integrar neste momento um grupo que é eleito por um nicho seletivo, ganhando destaque pela visibilidade internacional.

Não satisfeita, Xuxú participou em fevereiro de 2010 do programa do SBT, *'Qual é o seu talento?'*. O vídeo de sua apresentação rendeu a ela quase 19 mil acessos no *YouTube*. No programa quatro jurados dão um sinal verde ou vermelho para que o participante possa seguir para outra fase da disputa. Xuxú recebeu dois verdes e dois vermelhos e, apesar de não ter sido aprovada, recebeu o seguinte comentário do segundo jurado: “você foi aprovada para mim pelo seu discurso”, referindo-se a letra de sua canção. Um ganho considerável pelo fato de que o programa é exibido em rede nacional.

Outra produção de Xuxú em 2009 foi o clipe *'Deixa em Off'*, com mais de 5000 acessos no *YouTube*. Pelo visto, ela soube usar da sua vida, dos seus conflitos para fazer a fama. Segue abaixo entrevista¹⁰ em que Xuxú fala um pouco sobre sua carreira, os vídeos e a relação com a internet:

Em 2009 gravei meu primeiro CD (Demo) com nove faixas incluindo os sucessos *'Pantera cor de rosa'* e *'Deixe em Off'*. O nome do cd é "009", e contava com a participação do MC Aice, da PZP (Posse Zumbi Dos Palmares), minha origem musical. Todo cantor quando lança um cd e escolhe um single como trabalho, já logo pensa no videoclipe, que é uma forma de divulgação do trabalho (XUXÚ, 2011).

A cantora ainda fala sobre a colaboração da Web na vida cotidiana:

Hoje em dia, a internet te ensina até a fritar um ovo. O que seria da Madonna, Beyoncé, J-Lo se não fosse à mídia? Basta falar bem ou mal dos artistas para eles crescerem. A divulgação é a importância da internet para o artista (XUXÚ, 2011).

¹⁰ Entrevista concedida a autora, por e-mail, no dia 29 de junho de 2011.



Sobre a questão da mudança social ela faz um contraponto:

A minha vida não foi transformada depois da fama. Apenas fiquei sendo conhecida em alguns lugares, mas continuo sendo a mesma pessoa humilde e batalhadora. Para que minha vida seja transformada, tenho que dar uma vida boa a minha mãe, podendo viver da música sem abusar do meu corpo para gravar um vídeo que poderá ou não me dar sucesso. Quero ganhar dinheiro com a música do mesmo jeito que gasto pra que ela cresça em minha vida (XUXÚ, 2011).

Xuxú reforça com estas falas a dificuldade de expansão e de aceitação que os artistas atuais têm para se manterem na fama. Relembra do início da carreira, quando “morava na comunidade do Santa Cândida, um bairro que sempre me acolheu e me deu forças. Mas, hoje eles me vêm com outros olhos porque ninguém imaginava que eu chegaria onde cheguei” (XUXÚ, 2011). E acaba por reconhecer sua condição: “Não sou nenhuma Britney, apenas o primeiro *rapper* gay do Brasil!” (XUXÚ, 2011).

Xuxú também se manifesta em relação à produção audiovisual e seus desdobramentos:

A divulgação das músicas por vídeo ajuda um pouco a combater o preconceito. Por que uma coisa é a pessoa ver um vídeo contra a homofobia, outra coisa é a pessoa olhar dentro dos meus olhos e ouvir o que tenho a falar frente a frente. O youtube dá o direito das pessoas comentarem os vídeos e tem muito comentário hilário em meus vídeos. Respeito quem não gostou e não preciso que me aceitem na mídia, apenas que me respeitem (XUXÚ, 2011).

O novo hit da cantora, que será lançado em agosto, em apresentação no Rio de Janeiro, chama-se *Paparazzos*¹¹. Xuxú comenta o quanto à relação do artista com a mídia é delicada. A questão da invasão de privacidade por meio de fotógrafos de jornais que precisam de notícias fúteis, sem relação com a arte, para a publicação de capa do dia seguinte, com a intenção puramente mercadológica e sensacionalista. Ela comenta também que para a imprensa as questões pessoais do artista, como o fato de ela estar bêbada em festas, são mais importantes do que falar de sua arte.

Um ponto crucial, que tem levantado discussão na sociedade, é a operação transexual. Nesse aspecto, podemos comprovar que Xuxú faz uma ponte entre o social e o pessoal em suas canções. Fala de algo que interfere nas suas relações, na carreira e de um tema que envolve o público homossexual e a sociedade civil em geral.

¹¹ Música enviada à autora, por e-mail, no dia 29 de junho de 2011. Novo hit de trabalho da artista Xuxú.



Primeira página, louca sem calcinha
Capa do Tribuna a cantora perde a linha
Perambulando, turva colocada
Estão fotografando uma estrela chapada...
Desafinando, perde o compasso
Adoram publicar e chacotear nosso fracasso
É o que dizem, não to nem aí
Fofocas e chacotas só me fazem rir

(Refrão)

Paparazzos, pose, flash, fatos... Hoje dou meu close, amanhã sou o boato
Paparazzos, pose, flash, fatos... Mesmo sem dar close o meu nome é citado
É Xuxú...Xu...Xu...Xu

Me perguntaram se sou homem ou mulher
Se sento pra fazer xixi ou se faço em pé
Me perguntaram como eu faço pra trucar
Se cortei ou se um dia vou cortar
As vezes é difícil ser Xuxú
Não posso esconder não posso nem coçar o
Cu-cu-cu-custe o que custar, deixa quem quiser falar
Bem ou mal valeu muito obrigado por lembrar.
(XUXÚ, 2011).

É válido, salientarmos que não procuramos estabelecer um juízo de valor em relação à produção e ao objetivo da obra de Xuxú. Não cabe ao estudo, a análise do desejo de fama da artista como apenas um meio de ascensão social individual ou para levar os valores de sua comunidade.

7- Considerações Finais

Observamos através dos estudos uma visão mais positiva quanto às redes comunitárias, já que a internet fomenta estruturas de rede no âmbito da vizinhança, das cidades, fortalecendo as comunidades locais. Mas, para isto a opção comunitária tem que estar atrelada às condições institucionais e o poder local, buscando revitalizar a democracia local. Assim, ainda que a comunidade se baseie em interesses consonantes, mutuamente compartilhados, a rede comunitária tem que buscar sempre uma conexão real como estes interesses de forma ética.

As micronarrativas da web surgem num cenário de transformações da visão do sujeito que pode ser mais ativo nas questões de sua comunidade, colocando a sua expressão a disposição de milhares de usuários pelo mundo, favorecendo, portanto, a



comunicação e a interação entre o produtor e o público. Entendemos que a possibilidade de migração do artista cotidiano para virtualidade pode provocar algumas transformações sociais que colaboram para valorização deste indivíduo, da sua arte e da sua comunidade. Entretanto, este estudo ainda não é capaz de mensurar o quanto a internet pode interferir na realidade e até mesmo qual é a sua abrangência em termos de receptividade.

Se a internet, hoje, é um meio de proliferação, embora não igualitário na participação e conhecimento, contribui para que agentes sociais possam ao menos dividir e compartilhar experiências. Se não o melhor canal, as redes são até o momento canais complementares. Logo, é a possibilidade para que novos modelos democráticos ganhem voz, e quem sabe força para envolver o público no debate democrático.

Referências bibliográficas:

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. **Narrativas migrantes: literatura roteiro e cinema**. Rio de Janeiro: Ed. PUC – Rio: 7 Letras, 2010.

MORAES, Dênis de. Comunicação alternativa em rede e difusão contra-hegemônica. In: **Comunicação e contra-hegemonia: processos culturais e comunicacionais de contestação, pressão e resistência / Eduardo Granja Coutinho (org.)**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

PACHECO, Anelise. O humano e a técnica. Vozes no milênio: para pensar a globalização. In: **PACHECO, Anelise e VAZ, Paulo (orgs.)**. Rio de Janeiro: Gryphus: Museu da República, 2002.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo / Raquel Paiva – Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.**

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. **Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária**. In: INTERCOM, 2006, Brasília. **Anais eletrônicos**. <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0094-1.pdf>. acesso em: 12 de maio de 2011.

_____. **Direito a comunicação comunitária, participação popular e cidadania**. *Revista Latinoamericana de Ciencias de La Comunicación*, São Paulo: ALAIC, ano II, n.3, p.18-41, jul./dic. 2005. Disponível em: <http://www.metodista.br/poscom/cientifico/publicacoes/docentes/artigos/artigo-0019> acesso em 12 de maio de 2011.



Disponível em: http://youtube-global.blogspot.com/2009/05/zoinks-20-hours-of-video-uploaded-every_20.html acesso em 30 de junho de 2011.

Disponível em: <http://macmagazine.com.br/2010/07/29/youtube-expande-limite-de-tempo-para-videos-quer-que-todos-tenham-direito-a-15-minutos-de-fama/> acesso em 14 de julho de 2011.

Disponível em: <http://www.fafich.ufmg.br/tubo/criacao/iptv/novas-midias-e-internet/you-tube-e-a-infinitude-da-rede-virtual/> acesso em 14 de julho de 2011.

Disponível em: <http://tecnologia.terra.com.br/noticias/0,,OI4936109EI12884,00YouTube+representa+do+uso+d e+dados+da+banda+larga+movel.html> acesso em 30 de junho de 2011.

Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default_sinopse.shtm acesso em 30 de junho de 2011.

Disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=ygQ6ZnboEFU&feature=player_embedded#at=105 acesso em 01 de julho de 2011.

SODRÉ, Muniz. A distribuição comunicacional. O humano e a técnica. Vozes no milênio: para pensar a globalização. In: **PACHECO, Anelise e VAZ, Paulo (orgs.)**. Rio de Janeiro: Gryphus: Museu da República, 2002.

XUXÚ. Depoimento. Entrevistadora: Rafaella Prata Rabello. Juiz de Fora, 29 de junho de 2011.