



Comunicação e Engajamentos Ético-Estéticos: dois olhares e uma escuta¹

Rose de Melo ROCHA²

ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing de S Paulo

Maria da Conceição GOLOBOVANTE³

PUC-SP e Centro Universitário Belas Artes-SP

Simone Luci PEREIRA⁴

UNIRIO – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro e MUSIMID

Resumo

Engajamentos ético-estéticos é um tema que mobiliza e confluí três pesquisas neste triálogo, apresentado textualmente por meio de dois olhares e uma escuta. Um olhar aborda as perspectivas de engajamentos cotidianos proeminentemente estéticos, ações bio-estéticas que acionam imagens articuladas ao que a autora chamará de politicidades. O outro olhar foca na potência transformadora da comunicação persuasiva relacionado-a ao conceito de publicitát, quando esta é apropriada por representantes da sociedade civil que conseguem publicizar uma contra informação àquelas difundidas pelas forças hegemônicas. A escuta aborda os ouvintes do bolero: imigrantes caribenhos que vivem no Brasil, refletindo sobre as condições e dilemas éticos que a escuta da alteridade impõe e atentando para as diferentes escutas musicais e do mundo (do pesquisador/dos ouvintes) que entram em diálogo e também em disputa simbólica.

Palavras-chave: ética; estética; comunicação; politicidade; escuta

Este *paper* sedimenta uma discussão realizada por ocasião do XVI Intercom Sudeste, em maio de 2011, na cidade de São Paulo. Ali, o tema Engajamentos ético-estéticos mobilizou e confluí três pesquisas, olhares e sensibilidades neste triálogo, agora apresentado textualmente, e que insistem na dimensão política atrelada à Comunicação, bem como na necessidade de um redimensionamento desta noção a partir das novas e infinitas maneiras possibilitadas pelas mídias para os espaços públicos se constituírem. O ponto de encontro destas reflexões é a de um pensamento que se quer engajado, de uma reflexão acadêmica com espírito crítico articulada aos estudos de Comunicação. Uma reflexão na confluência da complexa relação entre ética e estética, planos que defendemos ser inseparáveis.

¹ Artigo apresentado ao GT Comunicação e Culturas Urbanas, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Coordenadora do PPGCOM-ESPM e do GP Intercom Comunicação e Culturas Urbanas. Pesquisadora da Clasco. rocha@espm.br

³ Professora dos cursos graduação de Publicidade e Turismo e coordenadora do grupo Publicitát.

⁴ Pos-Doutoranda no PPG em Música da UNIRIO, na linha de pesquisa Etnografia das práticas musicais e Pesquisadora do MUSIMID (Centro de Estudos em Música e Mídia), ligado à ECA-USP.



1. Publizität: Transparência

A publicidade é entendida no senso comum como a divulgação de produtos ou serviços de uma empresa, com anúncios que divulgam, expõem e supostamente convencem um certo público das maravilhas desta ou daquela marca. Trata-se da vitrine reluzente e chamativa que sinaliza por onde vai as demandas e desejos da sociedade de consumo globalizada. Como ponta de lança do sistema capitalista, a publicidade captura tendências, atropofagizando-as em seu liquidificador criativo (geralmente agências), expelindo mundo afora signos capazes de entreter de entusiastas até deprimidos, seduzindo-os a curar suas mazelas pessoais ao entrar para o fantástico mundo do *branding*, nem que seja o *branding* da tarja preta. A publicidade é ainda associada (e aqui não apenas pelo senso comum, mas por muitos intelectuais e autores consagrados) a idéia de mensagem tendenciosa, manipulação e apologia da mentira, em que a lógica mercantil encontra sua forma mais elaborada e eficaz para a disseminação da ideologia consumista.

Um terceiro viés pouco explorado é a que vê na persuasão *per se* o objetivo primeiro e maior da publicidade, ao anunciar produtos e serviços, e da propaganda, ao divulgar idéias, crenças e causas. A democratização do acesso às redes de comunicação online abriu espaço para a emergência das representações da diversidade social, emaranhado de intersubjetividades, que vêm ao espaço público exibir opiniões, buscar visibilidade e apoio virtual para as suas demandas. Em meio a essa pluralidade de vozes, desses muitos atores e públicos envolvidos em questões comuns da sociedade civil, na luta por direitos e cidadania, ativistas e movimentos sociais percebem a necessidade da argumentação, do debate e da persuasão que, se por um lado pode gerar consensos e garantir avanços para todos, por outro, pode criar tantos ruídos e frustrações que dificultam e esvaziam a possibilidade de participação dos cidadãos na vida pública.

Em que pese a proximidade dos significantes publicidade (em português) e publizität (em alemão), o motivo da escolha da grafia em alemão para nomear nosso grupo⁵ se relaciona ao seu significado de “transparência”, no sentido do conceito habermasiano. Publizität é um termo alemão que significa dar a público, tornar transparente. Em sua teoria sobre a constituição da esfera pública como espaço de debate da esfera burguesa, Habermas (1975) cita *publizität* como um mecanismo importante de participação pública. No contemporâneo, esse debate passa forçosamente pelos meios de comunicação, *locus* da visibilidade e da exposição de opiniões hoje mais plurais do que há duas décadas, onde pessoas, instituições, empresas, governos e organizações de todos os tipos engendram discursos, argumentam e buscam convencer um “outro” virtual, que se conecta a muitos outros via rede.

⁵ Grupo de Estudos em Comunicação Persuasiva criado em 2008 na PUC-SP, acessível no blog: <http://publizitat.blogspot.com/>



Em sua clássica formulação sobre a constituição da esfera pública, que não deve ser confundida com a esfera do Estado, Habermas (1975) defende que a opinião dita “pública” foi construída majoritariamente pelas pessoas oriundas da classe burguesa, entendida como um grupo de pessoas que a partir do século XVIII lê e discute em cafés e salões, o que foi publicado em livros e/ou pela imprensa escrita. Inicialmente discutia-se sobre os temas ligados a arte e a literatura, e depois sobre a própria ordem da dominação política. Esses espaços de discussão dos cafés e salões teriam migrado em boa medida para os meios de comunicação de massa a partir da metade do século XIX.

Se a esfera pública se ampliou fortemente nas democracias de massa, segundo Habermas, ela teria perdido drasticamente sua função crítica. De um público burguês restrito que pensava e discutia arte e literatura, passou-se a um público de massa amplo que consome cultura, isto é, os produtos da indústria cultural. O princípio da *publizität* (transparência) cede lugar à publicidade/propaganda, e a opinião pública passa a ser objeto de manipulação tanto dos meios de comunicação de massa como de políticas partidárias e administrativas, orientados por pesquisas de opinião, ou seja, por manifestações de interesses já privatizados.

Posteriormente Habermas relativizou esse diagnóstico, dadas as experiências políticas e sociais que desmentiram uma total despolitização da esfera pública. A par dos fenômenos de integração relativa das camadas populares ao sistema capitalista, constatou-se uma série de movimentos sociais diversos que escaparam até certo ponto à capacidade de controle dos meios de comunicação de massa – experiências como as do Forum Social Mundial e as recentes revoltas no mundo árabe são dois exemplos. Diante dessas experiências, sempre ambivalentes, Habermas agrega novas categorias à esfera pública. Ganha relevo aqui a idéia de sociedade civil, contraposta ao âmbito do mercado e ao do Estado e constituída por movimentos, organizações e associações mais ou menos autônomos. Na sociedade civil, originam-se esferas públicas diversas, que, conforme o caso, conectam-se através dos meios de comunicação. Nesse processo, as discussões passam a sofrer geralmente um processo seletivo de informações e argumentos, em que entra a importância da Comunicação Persuasiva, a comunicação crítica baseada na transparência e na formulação de argumentos que visam efetivamente a ação política preconizada por Hannah Arendt. Em sua crítica a Platão no célebre texto *Filosofia e Política*, Arendt questiona a teoria que antecede e quer guiar a prática da política, e que as comunidades políticas deveriam fundamentar-se em idéias filosóficas universais e verdadeiras. Ao contrário, Hannah Arendt (2008) formulava que o papel do filósofo e do intelectual em geral, seria o de articular as verdades da política com a meta de fazê-las acontecer no mundo, buscando **convencer e persuadir** os demais de seus méritos (Fry, 2009, p. 59). Tal perspectiva arendtiana tem inspiração em Sócrates que, segundo ela, não estava



interessado na verdade; mas sim na opinião, ou *doxa*, que diz respeito à verdade do mundo à medida que o sujeito se abre ao mundo. Sócrates teria compreendido que a *doxa* era “a formulação, em discurso, do *dokei moi*, isto é, do que me parece”. Epistemologicamente, *doxa* ou opinião não é nem fantasia meramente subjetiva, nem verdade absoluta (Fry, 2009, p. 61) e a política, se quiser escapar a tirania, deve estar disposta a levar em conta as múltiplas perspectivas da comunidade e a tolerar as contradições que surgem entre os diferentes pontos de vista. E é nesse espaço *entre*, geralmente marcado pelo conflito, onde a ação necessária será sempre política, que emerge a preocupação do *Publizität* enquanto grupo de pensamento, discussão e, eventualmente, intervenção.

Publizität, o blog

Foi a partir dessa perspectiva que fundamos em 2008 o grupo *Publizität*, cujo blog é a representação mais concreta do debate e da reflexão acerca dos fenômenos da comunicação persuasiva, que tematizam direta ou indiretamente questões sociais, políticas e ambientais. Seja a comunicação formal produzida por empresas, terceiro setor, organizações públicas e sociedade civil, seja a comunicação espontânea e informal produzida por pessoas interessadas nessas temáticas e veiculada nos espaços midiáticos.

Captar o que instituições (governos, igrejas, partidos, Universidades, ONGs etc) e corporações capitalistas buscam nessa *ágora* virtual por via da *publizität* é tentar captar o que se produz nesse espaço “entre” essas organizações (representada não apenas por seu discurso oficial, institucionalizado), e todos os públicos com quem hoje elas estão sendo pressionadas a se comunicar e a interagir: cidadãos, grupos de pressão, fornecedores, acionistas, empregados, terceirizados, comunidades, movimentos sociais etc.

Perceber alguns elementos básicos dessa relação e como eles aparecem e se desenvolvem no processo de comunicação: intencionalidades, estratégias de divulgação, resistências, impasses, acordos etc. é abordar o fenômeno pela concepção arendtiana que percebe a ação política no momento mesmo em que ela se dá. “A ação política da *vida activa* requer a concordância potencial dos outros. Ela surge em virtude da estrutura dialógica da política, alicerçada na verdade factual, tendo este diálogo entre iguais, como objeto, *dubia conflictiva*, superáveis pela **persuasão** que permite o agir conjunto” (Lafer: 2003). E que por mais que o debate não seja exatamente entre iguais, a questão dos direitos e deveres de cada uma das partes do processo emerge como um dos pontos mais urgentes de serem compreendidos. Neste *paper*, ficaremos com o exemplo da polêmica em torno da construção da Usina de Belo Monte, em Altamira – Pará (Amazônia).

Belo Monte: empresas e governo federal versus movimentos sociais



Em *post* publicado em maio de 2011⁶, apresentamos dois pontos de vista sobre Belo Monte. Dois comerciais recentes da Norte Energia, consórcio que irá construir Belo Monte⁷, com o apoio do Governo Federal, que defende a mega obra baseados em dois argumentos principais: um de que a barragem não atingirá terras indígenas e outro de que a usina gerará energia para abastecer mais de 18 milhões de casas. De outro lado, apresentamos dois filmes produzidos pelos movimentos sociais mais engajados no processo (Atingidos por Barragens e Xingu Vivo) que criticam o projeto pelo seu danoso impacto ambiental e social em larga escala⁸. Ao internauta que acessa o blog, fica a opção da indiferença à questão ou, talvez, a de adesão a um dos lados, ou até a opção de discordar de ambos. Interessante notar como, por mais distantes que sejam as intenções discursivas dos dois grupos, eles apelam ao mesmo formato – publicitário/persuasivo – de um código audiovisual culturalmente sedimentado. Considerando que a maioria da audiência do blog é de estudantes de graduação que vivem no meio urbano (São Paulo), o blog é um dos pontos de conexão que pode aproximar e eventualmente engajar esses jovens em uma questão, para eles, distante e etérea como a questão amazônica.

2. A ética possível das visualidades, a estética possível das politicidades

Do debate sobre estas outras concepções de publicidades chegamos agora a um *intermezzo* epistêmico do debate sobre as articulações entre comunicação, política e novas formas de visibilidade. À luz do que já foi dito e à espreita do que se concretizará no terceiro e último tópico de nosso artigo, defenderemos agora uma ética possível das visualidades, relacionando-a a uma também possível dimensão estética das politicidades.

Começemos demarcando o olhar que dirigimos às imagens: elas são apreendidas como fonte de afecção, de um lado; de outro, as compreendemos como fonte de vinculação. Em nossas sociedades discursivas, midiáticas, imagéticas a política, ela própria, tornou-se um caso de imagem, nem sempre resultando em processos de visibilização de sujeitos sociais autônomos e ativos. O debate em torno das políticas de visibilidade aparece, assim, como o primeiro norte ou guia a nos orientar na construção das visualidades como objeto teórico relevante ao campo da comunicação.

Imprescindível nos será recorrer a dois autores, ambos fundamentais à construção de nosso argumento: Baruch de Spinoza e Jesus Martín-Barbero. Seguindo a inspiração do filósofo holandês Benedictus (ou Baruch) de Spinoza, tenho defendido (Rocha, 2011) que a discussão sobre políticas de visibilidade poderia ser consubstanciada desde a concepção spinoziana de “afecção”. Em um de

⁶ Post acessível em: <http://publizitat.blogspot.com/2011/05/o-poder-da-contra-propaganda-sociedade.html>

⁷ Veiculados nos principais aeroportos no país e também no You Tube

⁸ Todos esses vídeos estão acessíveis em: <http://publizitat.blogspot.com/2011/05/o-poder-da-contra-propaganda-sociedade.html>



seus mais notáveis postulados o pensador discorre sobre a origem e a natureza dos afetos, propondo que “[o] corpo humano pode ser afetado de muitas maneiras, pelas quais sua potência de agir é aumentada ou diminuída, enquanto outras tantas não tornam sua potência de agir nem maior nem menor” (Spinoza, 2008, p.163).

Este pilar fundante das teorias da afecção relaciona-se à dimensão em essência política do que nos é dado a ver, via a profusão de imagens visuais, e, o que particularmente interessa ressaltar, leva-nos a questionar aquelas que, ao nos afetarem, efetivamente aumentam ou diminuem nossa competência corpórea-cognitiva de ação. Ou seja, é também nesta direção que lanço a pergunta, que intitula este artigo, sobre uma Ética possível para o campo das visualidades posto que, para o mesmo Spinoza, Ética é justamente associada àquilo que aumenta nossa potência de agir.

Ou seja, como analisado no tópico anterior, não se trata de uma questão conteudística a ser debatida: na verdade, os modos de dizer (ou de fazer ver) é que realmente deveriam ser implicados na leitura crítica dos recursos midiáticos e digitais de promover a visibilidade (ou invisibilidade) de fenômenos ou processos socioculturais. Alain Mons (1994), pesquisador da conformação contemporânea da economia ficcional, identifica em sua lógica três figuras centrais: *imagem*, *território*, *comunicação*. Mons procura caracterizar o que chama “o processo metafórico e suas variantes”, defendendo que ele nos introduz em uma economia ficcional que se superpõe a uma economia material. Segundo analisa, as duas disposições “formam um *entrelaçamento* perfeito na complexidade dos intercâmbios.” (MONS, 1994, p.10; *tradução nossa*). Assim, “a característica de nossa época é que o sistema das representações, o modo simbólico, se convertem em *flutuantes*, *aleatórios*, *metafóricos*... (...) processo de expressividade social no qual ficção e realidade se confundem inextricavelmente (MONS, 1994, pp.10-11; *tradução nossa*).

Não por acaso Martín-Barbero tem sido um incansável defensor da dimensão estratégica que hoje assume a comunicação, aquela desde a qual, nas palavras do cartógrafo mestiço, deve-se pensar a sociedade. Compartilhando da proposta analisamos a cultura e a sociedade a partir da comunicação. É inegável a centralidade na vida contemporânea dos processos comunicacionais, tanto aqueles de caráter massivo, quanto aqueles de natureza maciça embora, de fato, já não se trate, neste último caso, de uma comunicação de massa. Uma ética da comunicação demanda a inserção crítica, criteriosa e curiosa nas ecologias comunicacionais e midiáticas da atualidade. Minuciosa e “quente” cartografia destes fluxos de sentido em cruzamento, choque e hibridização.

Parece-nos ainda relevante perguntarmo-nos menos sobre a natureza das imagens que nos cercam mas, mais detidamente, sobre a natureza das relações que, nós, humanos, estabelecemos com elas. Em que medida esta relação pode ser nomeada de política ou, seria melhor dizer, quando ela pode ser percebida como portadora de politicidade? Movida por esta indagação, temos orientado



a base teórica de nossas investigações empíricas no sentido de problematizar a categoria “consumo de imagens” ou daquilo que anos atrás denominávamos uma imagética do consumo. Afinal, consumimos imagens ou somos por elas consumidos? Pesquisadores notáveis como Norval Baitello já nos alertaram para o brutal alcance das dinâmicas de devoração pelas imagens, devoração esta que tanto pode ser pensada como uma deglutição de imaginários quanto, em seu grau máximo, uma deglutição de corpos. Em um brilhante ensaio sobre a dizimação capitaneada pelos exércitos nazistas, Jean-François Lyotard, filósofo que se notabilizou por escrever, em finais da década de 70, sobre a chamada pós-modernidade, irá, em um de seus mais belos livros, embora não o mais conhecido, propor uma derivação interessantíssima para se pensar a relação entre representação e esquecimento.

Segundo Lyotard, ao contrário do que comumente imaginamos, a forma mais efetiva de apagar fatos da memória é representando-os, repetidamente, excessivamente, de todos os ângulos possíveis, em seus mínimos detalhes. O filósofo ancora sua argumentação em um dos mais sangrentos capítulos da história mundial, exatamente o genocídio dos judeus pelos comandos nazistas. Para o autor, as políticas de esquecimento absoluto empreendidas pelos SS dependeram da representação, posto que “não se pode esquecer no sentido comum a não ser aquilo que se pôde inscrever, pois então se poderá apagar. (...) Representar ‘Auschwitz’ em imagens, em palavras, é uma forma de fazê-la esquecer” (Lyotard, 1994). O recente caso de Osama Bin Laden é paradigmático deste processo de extermínio mediado pelas imagens. Assim como os campos de concentração não tinham câmeras filmadoras, a morte de Bin Laden não deixa vestígios: nem de corpos, nem de imagens.

Hans Magnus Enzensberger, pensador alemão central para a análise da mídia e das formas de violência contemporânea, sugeriu em uma entrevista adotar-se, em tempos de excesso e de assédio midiático, uma auto-imputada evasão da realidade. Para ele, como modo de nos protegermos dos danos biográficos gerados pela exposição compulsória, o melhor mesmo seria nos valermos do apelo ao direito à invisibilidade e ao desaparecimento. No argumento de Enzensberger, “a gente tem de se distanciar, se defender. Não muita publicidade, não muitos *talk shows*, não muitos aparecimentos. (...) Eu me escondo. Quero ter minha paz. Não quero ser transformado nesta imagem artificial, nesse *trademark* ‘Enzensberger’. Isso é muito perigoso”.

O antropólogo Marc Augé vai ironizar este processo, chamando atenção para o protagonismo que a mídia assume em nossa (in)capacidade de lembrar, imaginar e sonhar. Seguindo seu raciocínio, encontramos que a penetração das narrativas midiáticas em nosso cotidiano é tamanha que ela se tornou um potente agenciador de nossos imaginários, tanto os coletivos – dos mitos, ritos e símbolos –, quanto os individuais – dos sonhos propriamente ditos.



Sobre esta sorte de amnésia coletiva, Augé afirma que o desenvolvimento das tecnologias comunicacionais liberou um processo de ficcionalização da vida, que compete para a perda da memória e do imaginário. Neste processo, o esmaecimento da nitidez que permitiria discernir o real do ficcional levaria a um processo de mimetização curioso, no qual a nossa própria percepção e capacidade de relatar o mundo vivido seria nada mais do que uma reprodução introjetada dos discursos midiáticos.

Como ele relata, “tive a oportunidade (...) de trabalhar com um jovem de uns trinta anos, vivo e simpático, que me fazia toda manhã o comentário da atualidade” que reproduzia o que Augé escutara “palavra por palavra, numa determinada rádio minutos antes. (...) Por vezes, surpreendia-me imaginando que, um dia, ele contaria seu último sonho e que eu reconheceria nele o meu, porque nós dois o teríamos visto na televisão.”

Outro pensador francês, Paul Virilio, arquiteto e urbanista mundialmente famoso por sua atuação como consultor de assuntos estratégicos, escreveu a alguns anos que viveríamos à beira de um *crash*, tão impactante com aquele das bolsas de valores. Todavia, advertia Virilio, a quebra, a síncope que nos ameaça, dizia respeito agora exatamente ao excesso e à velocidade de circulação de imagens midiáticas, e principalmente, estava associada à conversão do próprio mundo em fato de imagem. Nosso urbanista menciona a existência de uma verdadeira estética da desapareição, na qual as cidades, por exemplo, são experimentadas como desertos ou corredores, pontilhados de pontos de partida e de chegada. Nelas, somos programados para passar e não para permanecer. Prisioneiros do instante e da inércia não seríamos capazes de esquecer e, portanto, menos ainda de lembrar.

Nas interpretações de Virilio, muitas vezes denominado o “teórico da velocidade”, o deslocamento compulsório é percebido como agenciador de uma estética da desapareição. Defendendo a existência de um novo estatuto do olhar e também da liberdade, o filósofo propõe, neste sentido, que o espaço público foi convertido em imagem pública e, estas, em durações públicas. Para este estudioso, as máquinas de guerra e os meios de comunicação participam historicamente e em condição de protagonismo de um projeto de desertificação do real, no qual o espaço é progressivamente colonizado pelo tempo.

Em sua análise ácida e pessimista, vivemos a ameaça de um cegamento coletivo, verdadeiro *crash* virtual e temível falência do real. A multiplicação dos serviços audiovisuais – ultrapassando a ótica televisual clássica –, a sucessão de *flashes* de informação, ambos atestariam a oferta de uma condição de telepresença no mundo reiterado pelo caráter panóptico da televigilância doméstica, uma cultura da suspeição, transformando o território em lugar da insegurança e da desconfiança. Democratização do *voyerismo* à escala planetária, a informação total convive com a industrialização do esquecimento: do mundo, do tempo histórico, de nós mesmos.



Referindo-se a processo similar Fredric Jameson, autor de um livro seminal sobre a lógica cultural pós-moderna (1996), também defende que a patologia da contemporaneidade é de ordem temporal. Jameson nos fala da experiência da “presentificação”, ou seja, de uma vivência totalizante do aqui e do agora, que nos dificultaria a valoração do passado e, igualmente, nos inviabilizaria a projeção do futuro. Para Jameson, o enfraquecimento da historicidade e o que considera uma nova falta de profundidade caminham de mãos dadas. Reféns do instante, párias memoriográficos, seríamos alegres presas do imediatismo, este estado de atualização constante, no qual a instantaneidade é também lugar de uma duração eterna.

Por outro lado, devemos lembrar (sim, acredito nesta condição de possibilidade) que as novas mídias digitais, com sua memória imaterial, são virtualmente mais “eternas” do que a memória material. Também é assim que hoje podemos reconstruir as lembranças e escrever nossas próprias memórias. Identifico, neste lugar virtual, exatamente a possibilidade de virtualmente nos surpreendermos, sendo ali capturados por situações e encontros inesperados, pela mesma poética da lembrança que um dia encantou o escritor Marcel Proust. Talvez, de fato, possamos paradoxalmente durar através do efêmero.

A aventura da hominização, sabemos, nem sempre correspondeu a uma vitória da civilização, menos ainda da civilidade, base essencial a dois processos complementares que compõem a politicidade. De um lado, a ética, esta que associamos àquilo que aumenta nossa potência de agir; de outro a estética, esta que se articula a nossa potência de sentir. Será necessário, proponho, regressar à gênese do humano. Na leitura moriniana o homem de cérebro grande só se constitui a partir de um processo: a consciência da morte e o desejo brutal de superá-la. E aqui, justamente neste ponto, inaugura-se, a um só tempo, o que temos de mais propriamente humano e, paradoxalmente, o que de mais “para além do humano” igualmente vai nos caracterizar. Superar os limites da natureza, e, até mesmo, ostensivamente enfrentá-los, parece uma das características mais decisivas de nossa hominização.

O embate natureza/cultura, este que aqui retomo, valendo-me de teses antropológicas vinculadas às teorias da complexidade, é a brecha através da qual o mundo nos aparece como sendo mediado. Nosso modo de habitar e de fazer mundo responde à entrada em moradas simbólicas que utilizamos para negociar com as incertezas: a casa da linguagem, o universo imaginário, os sonhos, os ritos, os devaneios. Só podemos ser racionais, insiste Morin, porque somos também capazes de descomedimento, porque somos, define o autor, da espécie *sapiens-demens*.

A novidade do *sapiens*, em tal análise, é justamente sua capacidade, erigida ao longo de séculos, de decalcar seu cotidiano com todo um grandioso aparato cognitivo que é imaginário e imageante. Vivemos, assim, sempre, em planos de dupla vinculação, em cenários existenciais



ambivalentes, posto que são irremediavelmente objetivos e subjetivos. Em tal acepção, a originalidade de nossa espécie não está exatamente em nossa incrível propensão à invenção de técnicas e, posteriormente, de tecno-lógicas. Antes, pondera Morin, a novidade estava colocada em nossas sepulturas e nas pinturas mais originais, residindo, enfim, na nossa capacidade de estruturar complexos imaginários de negociação de nossa finitude, levando-nos a um plano de trans-mortalidade. Não por acaso, as imagens, signos de ausência e de presença, eram, nos primórdios da civilização, consideradas mágicas, temíveis, poderosas. Poucos eram os que podiam ser transformados em “representação”, considerada lugar de distinção social ímpar. A história da iconografia religiosa apenas atesta a dimensão política essencial que está imbricada neste processo.

É clara a visada de olhar proposta por autores como Morin, notoriamente reconhecido como um pensador da complexidade do humano e como um defensor da humanização do conhecimento. A fratura no edifício da Razão antropocêntrica e tecnocêntrica que se objetiva com tais concepções permite, em nosso ponto de vista, um passo decisivo para a compreensão da politicidade. Afinal, ela é: 1) um fato bioestético; e 2) um recurso pedagógico que, atualmente, segundo nossa interpretação, pode-se auscultar em cenários plásticos, muitas vezes efêmeros, invariavelmente imagéticos, algumas tantas disparados por “gatilhos” digitais.

A politicidades, dialogando diretamente com a leitura de Mauro Cerbino (2005), referem-se a ações de forte base estética, nas quais o corpo é definidor e demarcador de atitudes específicas e autônomas, caracterizando um exercício de subjetividade que é, ao mesmo tempo, uma recusa consciente do assujeitamento. Em tais ações evidencia-se justamente um “quê-fazer” que provém da vida cotidiana, das práticas estratégicas de vinculação e participação. Segundo explica Cerbino, “o corpo é elemento mediador e lugar de enunciação de uma nova politicidade, de um modo de ocupar e dar sentido ao espaço público e de construir uma cidadania cultural mais além da de direito.” (CERBINO, 2005; *tradução nossa*). Resgatamos ainda, complementando este debate, o que nos fala Pedro Demo quando, retomando teses de Paulo Freire, defende que a politicidade refere-se ao plano da habilidade política humana de "saber pensar" e intervir criticamente (DEMO:2002).

Se comunicar é se colocar em situação de comunidade, se comunidades são feitas de produções e tensões que nos permitem elaborar e partilhar sentidos, talvez ali mesmo, na fluidez e intensidade dos fluxos, seja mais uma vez possível recolher decalques imaginários, construindo, em trânsito e em processo, nossos castelos de memória. Interessa-nos, assim, analisar os processos de midiatização socioculturais na perspectiva das migrações, dos fluxos, das esferas públicas de diáspora, como se exemplificará no tópico seguinte do artigo. O consumo de imagens em contextos diaspóricos tem se apresentado como um lugar igualmente estratégico para analisarmos os efeitos da fúria produtivista das curiosamente chamadas sociedades da comunicação. A questão que se



coloca é: qual a qualidade de vinculação que nela engendramos? Se não escolhermos o que ver, podemos escolher como olhar.

3. Reflexões ético-estéticas no trabalho com a escuta⁹

Este subtítulo evidencia desde já a ênfase que se dá à escuta e não à audição. Isso significa que o objeto de reflexão é – para além do puro ato fisiológico que é a audição – a forma como os sons são recebidos pelos órgãos sensoriais. O que se busca é uma escuta geradora de sentidos.

Num trabalho que se propõe analisar ouvintes de um determinado gênero musical, encontramos desde o princípio diante de um duplo registro de escuta: aquela dos ouvintes e uma outra, a do pesquisador diante das memórias de escuta dos ouvintes. Escuta de memórias referentes àquilo que foi guardado na trama de lembrança e de esquecimento dos ouvintes, compondo suas experiências vividas, mas que se refere também ao pesquisador diante destes ouvintes, constituindo um trabalho feito neste jogo duplo, fundindo experiências e memórias dos ouvintes e da autora, diálogo nem sempre fácil ou harmonioso, mas certamente rico e desafiador. Memórias que partem de canções escutas e tocada no piano desde a infância nos anos 1970/80, um tempo em que as lembranças destes ouvintes já se encontravam em constituição. E, no momento da elaboração do trabalho, estas várias temporalidades entram em diálogo e até em confronto, proporcionando a narrativa de compreensão destas escutas em trânsito - escutas do bolero.

Nesta complexa trama, presente está a memória que se analisa, interpreta: a dos ouvintes imigrantes caribenhos. Está também a própria memória do pesquisador, daquele que se debruça sobre um passado, uma terra estrangeira, a fim de recuperá-la em fiapos, cacos, fragmentos. A tradição, a memória histórica, o horizonte de compreensão ao qual o pesquisador pertence e é herdeiro, é fundante na compreensão das memórias que analisa e do passado em geral. Neste sentido, ao interpretar as memórias de escuta do bolero é impossível livrar-se das próprias considerações, memórias e da tradição cultural e histórica que se tem sobre esta música, seu tempo, seus personagens, seu lugar. Desvinculando-se de uma ilusão positivista de total neutralidade e objetividade que nos parece impossível, assume-se que não há nenhum demérito em incorporar estas questões na interpretação científica, ressaltando o fato de o pesquisador estar inserido no seu tempo e sua cultura, no fluxo insondável dos fatos que o rodeiam, no seu meio social, carregado da visão de seu próprio momento e lugar.

Esta pesquisa reflete o olhar e a escuta de uma pesquisadora inserida na música brasileira, em particular na bossa nova¹⁰ e seus acordes, sonoridades, melodias e poesias que sugerem a calma,

⁹ Neste subitem serão apontadas algumas reflexões que tem sido suscitadas na pesquisa de pós-doutoramento realizada no PPG em Música da UNIRIO (Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro) que versa sobre a escuta do bolero entre imigrantes caribenhos que vivem no Brasil, de autoria de Simone Luci Pereira.



a introspecção em performances cool, econômicas, sutis (na forma de cantar, tocar instrumentos, se apresentar, se vestir, ver o mundo, etc), e que vem se interessando pelo bolero exatamente pelas diferenças que este apresenta em relação à bossa nova. Mesmo sabendo das relações existentes entre o bolero e o samba-canção brasileiro dos anos 1940-50 (Araújo, 1999 e Ulhôa, 2009) que também, de alguma forma, influenciaram a bossa nova, saliento que a reflexão sobre o bolero aqui esboçada reflete a possibilidade de uma escuta do Outro, do diferente, da alteridade - a América Latina Hispânica - em que estranhamentos, perplexidades, mas também encantamentos e identificações estarão presentes nesta escuta de uma sonoridade, de uma paisagem sonora distante. Sem desconsiderar a necessidade de certa objetividade do pesquisador, este olhar/escuta e esta abordagem antropológica sobre o bolero é que vem norteando todo o trabalho. Neste sentido, há uma constante reflexão sobre as condições e dilemas éticos que esta escuta da alteridade nos coloca e que parece constitutiva da própria pesquisa, numa confluência entre questões ético-estéticas.

Assim vai se delineando nossa eleição do bolero como objeto de estudo. Este gênero, nascido em Cuba em finais do século XIX, desenvolveu-se por toda a América Central, Caribe e América do Sul durante o século XX. Obteve sucesso estrondoso no México, a ponto de transformar-se numa espécie de símbolo nacional, constitutivo de uma certa identidade mexicana por caminhos ideológicos.

No Brasil, fixou-se nos anos 1940/50 com a expansão e consolidação de uma cultura massiva ligada à música, via rádio, cinema e discos. Por aqui, foi misturado e confundido com aquilo que veio a se denominar de samba-canção em seu aspecto mais popular, com letras carregadas de romantismo, dramas passionais, desamores, solidão e tristeza (Araújo, 1999). Com a estrutura rítmica sincopada própria do bolero, o samba-canção abolerado (como se denominou à época) fez sucesso popular expressivo, mas visto sempre (e principalmente após a bossa nova, nos anos 1960) como expressão musical popularesca, “brega” e “cafona”.

A bossa nova acabou por tornar-se, na memória histórica social e musical brasileira, como marco divisor de águas da música popular brasileira, trazendo uma modernização musical e cultural que desembocaria no Tropicalismo e na sigla MPB. O samba-canção abolerado (imediatamente anterior à BN) foi construído - no processo de legitimação e busca por hegemonia no campo musical - como algo inferior ou de mau gosto. Valemo-nos aqui das reflexões gramscianas (Gramsci, 1978), na utilização do conceito de “hegemonia”, que supõe uma idéia de cultura como campo simbólico de articulação de conflitos, onde há negociação, jogo de forças e poder, mediações e em que as condições de decodificação das mensagens por parte do receptor não estão previamente dadas, mas há contenções/resistências, oposições/adaptações, num misto de lógicas contraditórias

¹⁰ Analisei este gênero/movimento musical em minhas pesquisas de mestrado e doutorado.



que representam os valores dominantes e também as apropriações por parte dos receptores relacionadas com suas formas de vida. Importante marcar este processo que viveu o bolero no Brasil, em que, nos jogos de hegemonia e poder simbólico por que passam as questões culturais, este gênero não aparece com tanta força na historiografia musical, como bem argumenta Ulhôa (2009). No entanto, goza de amplo sucesso popular, com regravações de clássicos do gênero, ou mesmo composições novas que se utilizam do estilo rítmico, melódico e poético do bolero (Valente, 2008).

Percebemos ainda neste processo uma característica de internacionalização paulatina da musicalidade nas Américas (embora não apenas neste continente), onde o bolero e certa “onda de mexicanização” (via música, radionovelas, cinema de lágrimas, etc) criou lastro cultural no Brasil, não apenas na música, mas num sentido mais amplo de tradição cultural que Martín-Barbero (1997) qualifica como matriz do melodrama, que de alguma forma – em maior ou menor grau - está presente na cultura latinoamericana de maneira ampla, onde a cultura massiva expressa (não sem conflitos) a sobrevivência das formas mais tradicionais do popular e do folclórico, conformando uma “cultura popular de massas”.

O bolero, ao se fixar ao longo do século XX como símbolo da identidade mexicana ou, no limite, de uma identidade latinoamericana hispânica (Évora, 2001), mostra-se como um instigante tema para se compreender textos culturais na contemporaneidade, bem como a escuta musical e as identidades criadas e recriadas por ela, num jogo incessante de articulação de novos pertencimentos. Um gênero musical que goza de amplo sucesso e aceitação popular no Brasil, mesmo em novas roupagens midiáticas ou sem assumir esta filiação, mas que ainda é visto com ressalvas por uma historiografia mais tradicional no Brasil e mais ainda, pelos processos de legitimação de “bom gosto” ou “boa música”. Assim é que se mostra tão importante de ser entendido entre nós, da América Portuguesa, português-falantes ou de tradição lusófona.

Lidamos assim com estas várias camadas de sentido narradas, interpostas e sobrepostas. A interpretação requer uma inserção do pesquisador em sua contemporaneidade e seu lugar cultural/social, em que, entabulando com o Outro (o passado ou outras culturas) um diálogo entre seus conceitos e os conceitos imbuídos nos seus informantes, pode-se chegar à compreensão dos sentidos da experiência vivida que se quer interpretar.

Muito nos auxiliam nesta tentativa as formulações teórico-metodológicas do antropólogo Clifford Geertz. Já no livro “A interpretação das culturas” (1978) ele estabelece a “descrição densa” como seu credo metodológico, sustentando que os antropólogos devem procurar descrever o mundo do ponto de vista do nativo, defendendo uma descrição microscópica não “da aldeia”, mas “na aldeia”. Em outro ensaio famoso do autor - “Do ponto de vista dos nativos” (Geertz, 2009) - isto



ficaria ainda mais claro. O mote para este artigo havia sido a publicação recente (no momento da feitura do ensaio) dos diários de campo de um dos grandes “pais-fundadores” da Etnografia, Bronislaw Malinowski, que revelavam um homem absorto em si mesmo, sem muita paciência com seus nativos analisados. Isto motivou Geertz a pensar sobre a atividade do antropólogo no campo como algo menos subjetivo, menos ligado a supostas aptidões ou talentos especiais do pesquisador em fazer o nativo falar e compreendê-lo. Enfim, levantava a questão sobre o fato de os antropólogos terem ou não resultados em suas pesquisas graças a algum tipo de talento especial, uma “empatia” ou “penetração sob a pele” dos nativos.

Geertz asseverava a partir daí que “traduzir” significaria mostrar a lógica das formas de expressão das culturas analisadas com nossa fraseologia, numa atividade mais próxima daquela de um crítico para tornar claro um poema, do que a de um astrônomo justificando uma estrela. Enfim, o trabalho do antropólogo no campo consistiria não em imaginar-se outra pessoa para depois descobrir o que este pensa, mas sim analisar as formas simbólicas (palavras, imagens, instituições, comportamentos) em cujos termos as pessoas se representam para si mesmas e para os outros. Tentar deixar de lado as próprias concepções para compreender as concepções alheias, e num movimento de volta, buscar entender as experiências dos outros em relação às próprias concepções do pesquisador.

Pode-se entrever já neste momento o impulso definitivo que os contatos e influência de filósofos como Paul Ricoeur, Wilhelm Dilthey e Hans-Georg Gadamer teriam em sua reflexão. A partir daí, para Geertz, sociedade e cultura deveriam ser interpretadas como textos, com aplicação de métodos interpretativos da hermenêutica para a qual um texto é um conjunto de partes individuais em um todo inteiriço: a interpretação textual seria então a realização de um movimento pendular entre estes dois pólos – as noções do nativo e do pesquisador - numa clara alusão às noções de “círculo hermenêutico” e “fusão dos horizontes de compreensão” proposta pelos hermeneutas. Nesta fusão dos horizontes de compreensão que se desloca e se interpõe sempre, é que parece ser possível interpretar as escutas do bolero por seus ouvintes, entre escutas diversas.

Nestor Canclini (2007) aponta a reflexão de Geertz como exemplar na tarefa de sair do conhecimento local para chegar ao intercultural. Segundo Canclini, Geertz conseguiu perceber que vivemos num mundo em que a diversidade não está só em terras longínquas, mas aqui mesmo, na migração de hábitos, valores, músicas, culinária, roupas, entre outras coisas. Geertz propõe entender estes cruzamentos interculturais com uma nova narrativa construída a partir da metáfora da colagem. Para viver esta época de mesclas culturais, estamos obrigados a pensar na diversidade sem exaltação da diferença e do exótico, mas também sem reduzir todos a algo comum, ignorando a alteridade na indiferença de frases como “cada qual do seu jeito” (Canclini, 2007).



Num mesmo sentido, Homi Bhabha (2001) afirma o quanto a atualidade coloca em destaque vidas na fronteira, ou seja, sujeitos que se vêem na condição de possuidores de múltiplas identidades, cambiantes, articulando diferenças culturais, como nos parecem ser estes imigrantes caribenhos no Brasil. Daí a necessidade, segundo o autor, de ultrapassarmos as narrativas de subjetividades originais e iniciais e focalizarmos os processos que são produzidos na articulação de diferenças culturais, estes “entre-lugares”, que fornecem subsídios para a elaboração de estratégias de subjetivação coletivas que dão origem a novos signos de identidade. No caso dos ouvintes imigrantes do bolero, as idéias de nação e nacionalidade, via memórias da escuta de tempos passados e também da escuta midiática do bolero no presente (com todas as suas mudanças), apareceriam como nações representadas, imaginadas, narradas, em que as canções midiáticas têm papel fundamental como narradoras de sentidos, de universos sonoros, mundos perdidos ou reencontrados.

O bolero e sua escuta podem ser analisados, assim, levando em conta o papel das mídias e da própria imigração dos sujeitos ouvintes na conformação de territórios culturais intersticiais, onde diferenças, memórias e escutas se encontram e tem que negociar espaços, trajetos, convivências. Um gênero musical (não apenas no imaginário mexicano ou caribenho, mas também mundial), tão atrelado ao seu local de consolidação e atrelamento à identidade nacional, construído e edificado na memória histórica como símbolo de uma certa “alma” mexicana, caribenha ou latino-americana e símbolo nacional, monumento de exaltação das características de um povo, deve ser analisado em meio a estes processos atuais da modernidade, em que há encontro e jogo entre matrizes culturais, local e global e entre temporalidades, que ajudam a conformar novos sentidos, subjetividades, identidades interculturais a cada nova escuta em tempos e lugares diversos.

Mais ainda, as escutas dos ouvintes e daquele que analisa esta escuta (o pesquisador-ouvinte) realizam um jogo de transferências e sobreposições em que aspectos éticos do trabalho com o Outro se evidenciam, onde diferentes escutas musicais e do mundo entram em confronto, diálogo, disputa simbólica, sem que se deixe de lado as relações de poder que também se mostram atuantes no processo. De olhos atentos e ouvidos abertos, finalizamos nosso triálogo, à espera de que, novamente em situação presencial, alargue-se sua potência plurivocal e polissêmica.



Referências bibliográficas

- ARENDR, Hannah. *Compreender: formação, exílio e totalitarismo. Ensaios 1930-1954*. (Tradução: Denise Bottman). São Paulo: Cia. das Letras; Belo Horizonte: UFMG, 2008.
- ARAÚJO, Samuel. “The politics of passion: the impact of bolero on brazilian musical expressions”. *Yearbook for Traditional Music*. Vol. 31, 1999. pp. 42-56.
- BHABHA, Homi. *O local da Cultura*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2001.
- CANCLINI, Nestor. *Diferentes, desiguais, desconectados: mapas da interculturalidade*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2007.
- EVORA, Tony. *El libro del bolero*. Madrid: Taurus, 2001.
- FURTADO, Celso. *O mito do desenvolvimento econômico*. 4 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974.
- FRY, Karina A. *Compreender Hannah Arendt*. Petrópolis: Vozes, 2009.
- HABERMAS, Jurgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1975.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1978.
- _____. *O saber local – novos ensaios em antropologia interpretativa*. Petrópolis/RJ: Vozes, 2009.
- LAFER, Celso. *Hannah Arendt, pensamento, persuasão, poder*. São Paulo: Paz e Terra, 2003.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- ROCHA, Rose de Melo. Políticas de visibilidade como fatos de afecção: que ética para as visualidades?. *Revista FAMECOS (Online)*, v. 17, p. 6264, 2010.
- ROCHA, Rose de Melo. Cenários e práticas comunicacionais emergentes na América Latina: reflexões sobre culturas juvenis, mídia e consumo. *Rumores (USP)*, v. 8, p. 205, 2010.
- ROCHA, Rose de Melo. Consumo y visibilidad en las actitudes políticas juveniles en Latinoamérica. *Revista Conexiones*, v. 2, p. 19-28, 2010.
- ROCHA, Rose de Melo. É a partir de imagens que falamos de consumo: reflexões sobre fluxos visuais e comunicação midiática. In: Gisela Castro; Maria Aparecida Baccega. (Org.). *Comunicação e consumo nas culturas locais e global*. São Paulo: ESPM, 2009.
- ULHÔA, Martha Tupinambá de. “Bolero, Bossa Nova y Filin: Estética y Ideología en la Música Brasileña y Cubana” In: TEJEDA, Dario e YUNEN, Rafel Emilio (orgs). *El bolero en la cultura caribeña y su proyección universal*. Santo Domingo: INEC, 2010.
- VALENTE, Heloisa. “The blurred soft beat of smouldering hearts: the nomadic bolero”. *Lied und populare Kultur/Song and Popular Culture*. n.53, 2008.