

Caetano Veloso e a negação dos estereótipos como estratégia de ocupação midiática¹

Solange Tavares de Melo²
Universidade Salgado de Oliveira (Universo), Recife (PE)

Carlos André Rodrigues de Carvalho³
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife-PE

Resumo

A mídia, muitas vezes para manter ou ampliar audiência e conseqüentemente sobreviver em um mercado cada vez mais competitivo, lança mão dos estereótipos, que às vezes são a visão de apenas um grupo e que a sociedade aceita como verdadeiros padrões de comportamento a serem seguidos, perpetuando-se nas relações sociais. Neste artigo, mostraremos que o compositor Caetano Veloso, ao contrário de outras celebridades, em vez de capitalizar estereótipos que a mídia impõe a ele, rejeita-os. Essa rejeição, no entanto, vai além da mera necessidade de gerar polêmica e termina funcionando como um recurso de ocupação midiática pelo artista, conferindo a ele visibilidade nos meios de comunicação.

Palavras-chave

caetano veloso; estereótipo; visibilidade; identidade; ocupação midiática

Estereótipos: algumas considerações

O termo estereótipo, originalmente restrito ao vocabulário tipográfico, designa uma placa metálica com caracteres fixos, destinada à impressão em série. A palavra, etimologicamente, vem de *stereos* (“sólido”, em grego), significando aquilo que foi pré-determinado e encontra-se fixado. Por extensão, o estereótipo é uma opinião pronta, uma ideia ou expressão muito utilizada, desgastada, banalizada, um lugar-comum ou clichê.

Vem daí, por exemplo, a noção de estereotipado pensada por Maingueneau e Charaudeau (2008, p. 213), para quem “estereotipado (...) pode ser também entendido como “imagens prontas, que medeiam a relação do indivíduo com a realidade”, ou ainda como

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora da UNIVERSO, campus Recife, email: sol.tavares@hotmail.com

³ Doutorando do Curso de Comunicação da UFPE, email: carzandre@hotmail.com

“representações coletivas cristalizadas, crenças pré-concebidas, frequentemente nocivas a grupos ou a indivíduos”.

Os estereótipos podem, ainda, ser confirmados pelo que Maingueneau (*apud* AMOSSY, 2008, p. 125) chamou de cena validada, ou seja, a que está instalada na “memória coletiva” e é aceita como padrão. O fato de o estereótipo ser tomado como uma ideia que foi se solidificando ao longo do tempo e, por isso, possa ter se distanciado da “realidade”, fez com ele passasse a ser entendido como elemento falseador e pernicioso para as relações sociais, já que remete também a uma crença sem qualquer senso crítico que encerrava uma simplificação ou uma generalização não fundamentada.

É isso que, segundo Lysardo-Dias (2007), permite explicar a carga negativa que reveste o estereótipo, assim como uma certa resistência de estudiosos em concebê-lo como elemento imprescindível à interação por integrar as produções verbais. A noção de estereótipo, portanto, levando-se em conta o ponto de vista, pode variar consideravelmente.

A ideia de representações coletivas levantada por Durkheim, que definiu o estereótipo como uma imagem mental coletiva que determina formas de pensar, agir e mesmo sentir do indivíduo, é imprescindível para entendê-lo no campo da sociologia.

Essas imagens são responsáveis pela coesão do grupo e geram um sentimento de pertença dos indivíduos em relação àquela comunidade. Assim, os estereótipos garantem relativa homogeneidade já que os membros de um grupo se reconhecem por compartilharem uma visão de mundo. Sob essa ótica, o estereótipo tem uma função construtiva já que, ao partilhar crenças e valores, um determinado grupo social tem sua unidade consolidada através de “modelos” que assume. (LYSARDO-DIAS, 2007).

Tomando-se a noção de estereotipagem sob a perspectiva discursiva, Amossy (2008, p. 125) diz que ela é uma “a operação que consiste em pensar o real por meio de uma representação cultural preexistente, um esquema coletivo cristalizado”. A comunidade, prossegue, avalia e percebe o indivíduo segundo um modelo pré-construído da categoria por ela difundida e no interior da qual ela o classifica. Na verdade, a autora fundamenta-se na noção de pré-construído de Henry, via Pêcheux.

(...) a noção de pré-construído pode assumir duas dimensões: a primeira seria a de saber sobre o qual se apoia a asserção do enunciador, ou seja, a dimensão de pressuposto. A segunda seria a de elemento discursivo anterior à enunciação, aquilo que foi dito ou elaborado. Dessa maneira, se opera uma distinção entre aquilo que está inscrito no enunciado e aquilo sobre o qual ele se apoia em termos de ideias, valores e crenças. (LYSARDO-DIAS, 2007).

O pré-construído, tanto numa dimensão como na outra, pode representar conteúdos coletivamente aceitos (entre eles, os estereótipos) por uma comunidade e se refere aos

conhecimentos sob os quais se assentam os enunciados, mas que não são claros na superfície textual. Trata-se daquilo que, ao contrário do que é elaborado durante e através do processo enunciativo, é mobilizado como uma evidência anteriormente estabelecida.

O pré-construído, além de um saber (pressuposto ou implícito), pode ser definido em termos de domínio referencial que preexiste ao acontecimento discursivo e indispensável para a intercompreensão. É sob essa ótica discursiva que, segundo Lysardo-Dias (2007), o estereótipo “é entendido como um elemento agregador que tende a instaurar um espaço de aproximação e de reconhecimento através da mobilização desse domínio referencial de existência notória”.

O estereótipo, consolidado pelo uso e marcado pela convencionalidade, é uma representação fixada e partilhada por uma coletividade que depende dele para interagir verbalmente e para gerenciar as relações sociais. Falar em estereótipo, então, é levar em conta um dizer anterior inevitável na elaboração de “novos” dizeres; é uma questão de entendimento prévio que torne possível e garanta uma compreensão mínima entre sujeitos historicamente instanciados.

Estereótipos e mídia

A experiência nas relações sociais fornece os subsídios à construção das identidades, e os estereótipos integram a dinâmica complexa de codificação dos papéis e comportamentos. Considerando que mesmo a atividade mental – individual – só existe como “orientação social de caráter apreciativo” (BAKHTIN *apud* BIROLI, 2011), isto é, tem as interações sociais como sua matéria, a oposição entre as representações sociais (incluídos aqui os estereótipos) e as identidades de indivíduos e grupos não se sustentam.

Segundo Perkins (*apud* BIROLI, 2011), considerar estereótipos como falsos seria o mesmo que dizer que definições socialmente aceitas dos sujeitos não têm efeito sobre eles – não impactam na forma como, concretamente, percebem-se e interagem com os outros. Os estereótipos devem ser entendidos como uma “combinação de validade e distorção”.

Não existe necessariamente uma oposição entre as distorções que os estereótipos envolvem e o modo como as experiências dos indivíduos se organizam concreta e efetivamente. Se há tensões, essas devem ser entendidas como parte das continuidades entre os estereótipos e as interações sociais concretas, nas quais as distorções tomam a forma de interpelações para que os indivíduos ajam de uma determinada forma ou enquadrem o próprio comportamento, e os comportamentos dos outros, nos esquemas fornecidos pelos padrões estereotípicos. Estereótipos e realidade alimentam-se um do outro, confirmando papéis, comportamentos e valores socialmente produzidos (BIROLI, 2011).

Lysardo-Dias (2007), com base na proposta desenvolvida por Charaudeau, postula que a mídia corresponde, por um lado, a um tipo de produção discursiva inserida em uma lógica comercial de obtenção de lucros, e, por outro, assume uma dimensão simbólica, pois o universo material de que lança mão é associado a valores culturalmente determinados. Assim, as mensagens produzidas e veiculadas remetem a comportamentos partilhados e reconhecidos socialmente de forma a propor dada outra ordem social ou valorizar aquela já estabelecida.

É nesse sentido que a mídia pode contribuir para a atualizar tradições ou favorecer o estabelecimento de novos padrões de pensamento/conduita. Em ambos os casos, ela depende de pressupostos sociais que orientam formas de atuação dos membros de uma coletividade. Tais pressupostos funcionam como uma espécie de elemento que desencadeia a aceitação e promove a estabilidade de saberes coletivamente instituídos e podem ser definidos em termos de estereótipo ao se considerar que tais saberes atuam como um pré-concebido amplamente estabilizado a partir do qual as mensagens são propostas e interpretadas.

Conseqüentemente, a mídia se inscreve não só em um circuito de comunicação fundado nas interações mediadas, como também em um jogo de imagens e representações voltadas para ampliar sua confiabilidade e alcance junto aos receptores. Dessa maneira, os produtos midiáticos pautam-se na evocação de ideias e comportamentos preexistentes convertidos em senso comum.

Essa evocação vai produzir efeitos distintos de sentido, mas que se fundem em um só princípio: aproximar as instâncias de produção e de recepção. Isso é feito de forma que a recepção se identifique com a produção e possa ter acesso e aceitar o que é proposto a ela. De acordo com Marcondes Filho, é, na verdade, em torno do clichê – que conceitua como “fórmulas prontas, ideias mecanizadas sobre pessoas, atividades, profissões, posições políticas” – que se estrutura a parte majoritária das notícias.

E jornalistas, como todas as pessoas, selecionam os fatos novos e os classificam a partir de seus próprios estereótipos. Assim, eles se tornam atores privilegiados da manutenção de ideias, verdadeiros agentes conservadores da cultura, visto que têm acesso a meios de divulgação em massa de suas ideias (e preconceitos). Operar clichês é incomparavelmente mais cômodo, mais fácil, mais simples (...) acima de tudo, o clichê constrói antecipadamente a notícia: jornalistas não partem para o mundo para conhecê-lo; ao contrario, eles tem seus modelos na cabeça e saem pelo mundo para reconhecê-los (e reforçá-los). Assim constroem os relatos com as pessoas-símbolos, “aqueles que de fato representam o assunto”, os bons contadores de histórias, ficando satisfeitos por encontrar de fato, no real, aquilo que eles já tinham em suas cabeças. (MARCONDES FILHO, 2002, p. 109).

O jornalista, em função dos estereótipos, termina atuando como agente da manutenção de ideias, da conservação da cultura, juntamente com preconceitos que possui. Os clichês, como bem lembra Nascimento (2012), ocupam o lugar do discernimento na cabeça das pessoas, impedindo que elas julguem cada novo fato de forma independente. Assim, esses pré-julgamentos anulam totalmente o fato em si, só vendo, em seu lugar, a ideia feita anteriormente a seu respeito. Os estereótipos apresentam, de acordo com Croll (*apud* LYSARDO-DIAS, 2007) três funções na mídia: uma cognitiva, uma de natureza social e uma comunicativa. Na primeira, é visto como um instrumento mobilizado no tratamento da informação; na segunda, uma forma de apropriação cultural do real; e na função comunicativa, o estereótipo instaura uma relação entre saberes e entre sujeitos.

O estereótipo, então, é um elemento polifuncional, porque, além de favorecer a percepção do conhecimento que é proposto em termos informacionais, também apresenta uma “leitura” já assimilada do real. Considere-se, ainda, que ele “aproxima os sujeitos interlocutores que se sentem familiarizados por partilharem de antemão uma visão de mundo ou valores comuns” (LYSARDO-DIAS, 2007).

O compositor Caetano Veloso, ao longo de quase 50 anos de carreira artística, não conseguiu escapar de muitos estereótipos impostos pelos meios de comunicação de massa, mas, desde antes da explosão do tropicalismo, movimento do qual foi um dos líderes na segunda metade da década de 1960, recusou todos eles.

Cantor de protesto, alienado, homossexual, contraditório, líder ou guru da nova geração são alguns que ele nunca aceitou e resultou em polêmicas com a própria imprensa. Ao que parece, o compositor desde sempre, assim como Barthes (1978, p. 07), considera que “(...) em cada signo dorme este monstro: um estereótipo (...). A partir de um mapeamento de entrevistas do compositor em jornais, revistas, programas de TV e documentários, mostrar-se-á como se dar essa recusa do artista e as suas consequências para a imagem pública do artista.

Caetano e a rejeição dos estereótipos

Todo e qualquer ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si. Mas para que isso aconteça não é preciso que o sujeito precise traçar seu autorretrato ou detalhar suas qualidades ou mesmo fale explicitamente de si. Essa construção pode se dar, por exemplo, por meio das competências linguísticas e enciclopédicas, as crenças implícitas (AMOSSY, 2008, p. 9).

A apresentação de si não se limita a uma técnica aprendida, a um artifício, ela se dá, com muita frequência, à revelia dos parceiros, nas trocas verbais mais corriqueiras e mais pessoais. No auge do tropicalismo, Caetano Veloso já se queixava da cobrança, do público e da imprensa, em relação às mudanças constantes na vida do artista (roupas, repertório, corte de cabelo, *performance* etc.):

Vivem perguntando-me: por que você se modificou tanto? Pergunto eu: quem me conhecia antes? Quem sabe como eu era? Quem pode dizer, com conhecimento, se eu já não gostava de roupas extravagantes, coloridas, cabelos compridos? Todo mundo faz questão de me encarar como um coitadinho. Um menino triste que veio do Norte, com fome, num pau-de-arara. Isso é mentira. Na Bahia, eu era estudante universitário, filho de funcionário público. Não era rico, mas levava uma vida razoável. Não vou obrigar-me à imagem que todos têm de mim. Estou trabalhando, ganhando bem, moro num belo apartamento, numa bela avenida de São Paulo. Meu carro é um Mercedes. Mas as pessoas queriam que eu me tornasse cada vez mais pobrezinho, mais miserável (VELOSO⁴, 1968).

O estereótipo é um termo muito comum quando se refere a pessoas públicas. O vocábulo, a princípio restrito ao jargão da imprensa e da tipografia, como já mostrado acima, foi depois incorporado (como metáfora) ao vocabulário das ciências sociais. Isso se deu graças ao escritor e jornalista norte-americano Walter Lippmann, através de *Public opinion* (1922), “livro fundador dos estudos midiáticos americanos” (CAREY, 1989, p. 75).

Anos depois, foi retomado pelos estudos culturais, disciplina para a qual o recurso do estereótipo corresponde a uma prática de significação central no que tange à construção de representações da “diferença”. Assim, o embate entre manutenção e contestação de estereótipos constituiria uma arena de batalha que caracteriza o que se pode entender por uma política das representações, já que a chamada diferença é sempre marcada: ela significa (HALL, 2001, p. 230). De que forma, então, a diferença significa?

Uma delas é como parte da manutenção de uma determinada ordem social mediante o estabelecimento de fronteiras simbólicas entre o que é entendido por “normal” e o que se toma por “desviante”. O ato de estereotipar engloba o exercício do poder cultural ou simbólico que autoriza certas instituições ou pessoas a representar outras de uma forma determinada, dentro de um regime discursivo dominante. Para Foucault (1995, p. 233), o exercício do poder tem a ver exatamente com as estratégias definidas por alguns para estruturar o campo de ações possíveis dos outros.

⁴ VELOSO, Caetano. *A flor, o ópio de Caetano*: entrevista. [Março 1968]. Revista Capricho, ano XVII, n. 196, p. 21. Matéria não assinada.

Para entender ainda como a diferença significa, deve-se levar em conta que o estereótipo faz uso de características de fácil compreensão e lembrança, muito compartilhadas, reduzindo as pessoas ou grupos a tais peculiaridades, exagerando-as, simplificando-as e fixando-as como imutáveis, ou seja, reduzindo esses indivíduos a um conjunto simples de características essenciais, naturais e fixas. “O ato de estereotipar facilita reunir todas aquelas que correspondem à “norma” em uma “comunidade imaginada”, ao mesmo tempo em que estigmatiza simbolicamente as “outras” que são, de alguma forma, consideradas diferentes” (SANTOS, 2010).

Voltando ao depoimento de Caetano, “coitadinho”, “pau-de-arara”, “menino triste que veio do norte” definitivamente, para ele, não se encaixavam na imagem que queria para si como artista. “Eu gosto da diferença. As pessoas que não se parecem comigo me atraem muito como assunto pra cabeça. De modo que eu não seria feliz se as pessoas fossem todas parecidas comigo” (VELOSO⁵, 1982).

O estereótipo, que Barthes (2007, p. 124) definiu como “o vírus da essência”, reduz toda a variedade de características de um povo, uma raça, um gênero, uma classe social ou um “grupo desviante” a alguns poucos atributos essenciais, supostamente fixados pela natureza. Encoraja, assim, um conhecimento intuitivo sobre o outro, desempenhando papel central na organização do discurso do senso-comum. Pela forma como se opõe a assumir a imagem que querem para ele é que Caetano Veloso manifestava e justificava sua reação.

Para Jameson, os estereótipos constituem “o lugar de um superávit ilícito de significado” (1998, p. 106); a abstração em virtude da qual a individualidade de alguém vira alegoria e é transformada em ilustração abusiva de outra coisa, algo não concreto e não individual. Como forma influente de controle social, ajuda a demarcar e manter fronteiras simbólicas, ideia semelhante a de Hall, como já foi mostrado.

Os estereótipos, para Jameson, tonificam a autoestima e facilitam a união de todos os “normais” numa “comunidade imaginária”, ao mesmo tempo em que expulsam, levam a um exílio simbólico o que não se encaixa, o que é diferente, o que destoa. Ao aceitar os estereótipos impostos pela mídia e pelo público, Caetano Veloso parece saber que, além de anular sua verdadeira personalidade, também poderia confinar-se neste “exílio simbólico”.

A despreocupação com a opinião alheia, a necessidade de chocar não só pelo prazer de chocar, mas para por às claras seus pontos de vista, fez com que o artista enfrentasse algumas questões polêmicas. As declarações de Caetano Veloso sobre as próprias

⁵ VELOSO, Caetano. *Caetanices, de A a Z*: entrevista. [24 de março de 1982]. Revista IstoÉ, n. 274, p. 53. Entrevista concedida a Regina Echeverria.

preferências sexuais tiveram certo impacto na construção pública da imagem dele, muitas vezes porque foram deturpadas ou supervalorizadas pela mídia. O compositor, no entanto, travou batalhas incansáveis para esclarecer seus pontos de vista e, assim, se desviar dos estereótipos, que a mídia tentou impingir a ele, sobretudo na década de 1970 e começo da década de 1980. Um ano depois, o compositor, num depoimento à revista masculina *Ele Ela*, aprofunda suas opiniões e ele mesmo faz a pergunta (e responde) que o repórter, seguindo ele, não teve coragem de fazer:

[...] se eu for para a cama com um homem, levarei toda a minha pureza pra lá. Não é tabu pra mim, não. É, sim, uma barra social pesada. Conheço a barra do homossexual porque, em alguns casos, me confundem com um homossexual, e conheço a presença social, moral, psicológica, religiosa. Agora, não tenho nenhum preconceito, nem é tabu para mim. E vou responder, agora, a pergunta que você não faria: se eu sou homossexual. Claro que não! Quem é homossexual é alguém que tem uma vida homossexual, quer dizer, cuja vida sexual se dá basicamente com pessoas do mesmo sexo. A minha vida sexual é uma vida heterossexual e monogâmica. (VELOSO⁶, 1981).

Para os teóricos pós-modernos, cada sujeito passa a ser contemplado a partir das diferenças que possui, deixando de ter uma identidade única e fixa para se ter uma identidade por gênero, outra por etnia, outra por classe etc., em que todas essas interagem mutuamente, e em determinados momentos, aquela que estiver mais fortalecida se sobressai. (HALL, 2006, p. 12). A expressão identidade sexual, por exemplo, só fará sentido se for entendida como polimorfa, fragmentada, fluida, múltipla, contraditória e em constantes modificações e negociações sendo capaz de articular desejos e prazeres, estando inserida em um processo de negociação social, política e histórica (JUNIOR, 2010).

Para Hall (2006, p. 12), a ideia do sujeito do Iluminismo – tido como dono de uma identidade fixa e estável – teve fim com a pós-modernidade, resultando nas identidades abertas, contraditórias, inacabadas e fragmentadas. A globalização fez com que se começasse a contestar as identidades fechadas e centradas e produziu uma variedade de possibilidades e novas posições de identificação mais plurais e diversas contra a ideia de identidades fixas, unificadas e trans-históricas. Dois anos depois da entrevista acima, Veloso volta a tocar no mesmo assunto, aprofundando-o:

Eu não me conformava muito com a ideia que se fazia da divisão dos sexos. E eu acho que é porque, no fundo eu não aceito a divisão dos sexos, porque eu não acho legal ser só homem ou ser só mulher. E talvez por isso eu não seja muito ciumento, eu tenda pra uma coisa mais assim mais difusa do amor mesclado de amizade e na amizade mesclada de amor. A

⁶ VELOSO, Caetano. *Outras Palavras*: entrevista. [maio de 1981]. Revista *Ele Ela*, 45. Matéria não assinada.

heterossexualidade mesclada de homossexualidade. Então como tem isso em mim o tempo todo, eu sou muito próximo da homossexualidade. Eu tenho um conhecimento muito grande, muito profundo do que é a pessoa se sentir socialmente homossexual e do que é ser homossexual no mundo e também sei o que é ser homossexual, de fato. É algo que me faz ver coisas que podem contribuir para as outras pessoas, clarear determinadas áreas (VELOSO⁷, 1983)

Caetano Veloso, fugindo da hipocrisia, trilha um caminho diferente: “O mito da equívocidade sexual é uma coisa que me acompanha sempre” (VELOSO⁸, 1984). Mas se depoimentos como os mostrados até aqui servirem para chegar à conclusão de uma possível bissexualidade do artista, ele mesmo a desfaz, demonstrando completa rejeição pela condição bissexual:

Acho muito difícil que alguém seja um bissexual equilibrado. Eu acho que a pessoa tem mesmo uma atração mais forte para um lado ou para o outro, e termina tendo uma dedicação mais efetiva para um dos lados. Mesmo que a pessoa seja capaz de um bom desempenho sexual com homens e mulheres, o que é uma coisa bastante frequente. A rigor, todo mundo é capaz de um desempenho sexual com ambos os sexos, quer dizer, hipoteticamente. Na prática, as pessoas se tornam incapazes, às vezes. É um bloqueio, e não apenas um preconceito, é uma sensação física vivida com intensidade. E, também, por que o cara vai querer transar com homem, se, além de ser uma coisa considerada errada, ele não tem vontade? (VELOSO⁹, 1981).

A questão da “equívocidade sexual” do compositor, que volta e meia é perguntado sobre isso, é um assunto, por exemplo, que ele não se furta a falar. Uma das primeiras vezes em que isso aconteceu foi em 1979, numa quilométrica entrevista à revista masculina *Playboy*. Indagado se admitia alguma vez ter tido ou pudesse vir a ter experiências homossexuais, Caetano é enfático:

Eu admito que todo mundo possa ter. Mas não levo vida homossexual, não. Minha vida é heterossexual e monogâmica, essa é a base da minha vida sexual. Se bem que eu não deveria estar falando disso assim... publicamente, porque há pessoas que ou precisariam mentir ou se expor a injustiças, enquanto eu posso estar aqui falando, com tranquilidade, porque para mim é fácil dizer: não, eu vivo com minha mulher, a minha vida sexual é essa mesmo (VELOSO¹⁰, 1979).

Assim, para ele, a homossexualidade pode ser entendida apenas como uma variação da sexualidade:

⁷ Caetano Veloso. *Bar Academia*. Rio de Janeiro: TV Manchete, 4 de setembro de 1983. Programa de TV.

⁸ In: LUCCHESI, Ivo; DIEGEZ, Gilda Korff. *Caetano. Por que não? – Uma viagem entre a aurora e a sombra*. Rio de Janeiro: Editora Leviatã, 1993, p. 336. Entrevista publicada originalmente no Jornal Folha de S. Paulo, em 08 de maio de 1984.

⁹ VELOSO, Caetano. *Caetano Veloso – o que é que o baiano tem: entrevista*. [Julho de 1981]. Revista Nova, p. 96.

¹⁰ VELOSO, Caetano. *Playboy Entrevista Caetano Veloso: entrevista*. [Agosto de 1979]. Revista Playboy, Editora Abril, n. 49, p. 48.

A homossexualidade é uma possibilidade, é uma nuance da sexualidade. A sexualidade na espécie humana é uma questão que realmente decolou da reprodução. Então, a partir daí, todo o resto é conversa fiada. E essa ideia de que o homossexual é um ser imaturo, que não chegou lá, não é verdade, necessariamente. Porque nem sempre os homossexuais são pessoas que não conseguem a heterossexualidade. Um número muito grande de homossexuais são heterossexuais que querem mais. Ou que querem uma outra coisa, que têm uma excitação sexual em outra direção também, e que se dedicam a ela. Mas, também, é muito difícil você ficar transando com mulher e transando com homem. Porque isso é uma coisa que dificulta a economia de relações de sua vida (VELOSO¹¹, 1980).

Outra visão sobre estereótipo que merece atenção é a de Bhabha (2005, p. 105), que o considera a principal estratégia discursiva de “fixidez” da hegemonia colonial, já que facilita a produção de subjetivações e consensos sobre as hierarquias socioculturais entre colonizador e colonizado. A proposição que Bhabha faz da construção de estereótipos está ligada à ideia de fetichismo e articula certa ambivalência entre atração e a recusa, uma disputa entre identificação e diferenciação no campo da cultura que faz do estereótipo uma forma “presa” e simplificadora de formação de identidades.

Para o autor, a força da ambivalência produz, entre outras coisas, “aquele efeito de verdade probabilística e predictabilidade que, para o estereótipo, deve sempre estar em excesso do que pode ser provado empiricamente ou explicado logicamente” (2005, p.106).

Veloso comporta-se como se menosprezasse o poder da mídia/audiência ou, assim como Maquiavel, que mesmo destacando a força do povo, disse que “embora ignorante o povo sabe distinguir a verdade” (*apud* MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 35), ou seja, que seria mais fácil conquistar a audiência, sendo ele mesmo – ou a imagem que ele quer para si –, mesmo causando estranhamento, do que aceitar estereótipos impostos.

Os antigos costumavam denominar com o termo *ethos* a construção de uma imagem de si destinada a garantir o sucesso do empreendimento oratório. Roland Barthes (*apud* Amossy, 2008, p. 10) definiu *ethos* como “traços de caráter que o orador deve mostrar ao auditório (pouco importando sua sinceridade) para causar boa impressão: é o seu jeito (...). O orador enuncia uma informação e ao mesmo tempo diz: sou isto, não sou aquilo”.

No caso do discurso de Caetano Veloso veiculado pela mídia, a construção do *ethos* nem sempre esteve atrelada a causar boa impressão. É como se a verdade, por mais inconveniente que fosse, estivesse acima de tudo. “Sou sartreano. Acho que todo mundo

¹¹ VELOSO, Caetano. *Caetano Veloso – o que é que o baiano tem*: entrevista. [1980]. Revista Nova, p. 96. Entrevista concedida a Ana Maria Abreu.

deve dizer tudo o que pensa” (VELOSO¹², 1983). A imagem do compositor nos meios de comunicação de massa é definida por ele da seguinte forma:

O que talvez tenha dificultado tudo desde sempre é o fato de nunca antes ter havido no Brasil um figura popular com tanta pinta de intelectual quanto eu. (...) O minguado mito Caetano Veloso é bem mais um coisa assim como o mito Glauber Rocha (...). Um ídolo para consumo de intelectuais, jornalistas, universitários em transe. Só que jogando sem grandes grilos nos apavorantes meios de comunicação de massa. Isso, creio, é o que fez com que se esperasse demais de mim. Na sua miséria, a intelectualidade brasileira viu em mim um porta-estandarte, um salvador, um bode expiatório. Agora, sente-se mais descansada ao ver que pode jogar sobre as costas de uma pessoa como eu a responsabilidade por coisas que não seriam da alçada de qualquer deus (VELOSO¹³, 1972).

Vale salientar alguns termos que Caetano Veloso utiliza no depoimento acima, como “porta-estandarte”, “salvador”, “bode expiatório” da intelectualidade brasileira, para se referir a si mesmo. A preocupação do peso das ideias do artista sobre a opinião pública, entendida aqui como um “conjunto de crenças a respeito de temas controvertidos ou relacionados com interpretação valorativa ou o significado moral de certos fatos” (DA VIÁ, 1983, p. 58), parece não exercer qualquer pressão sobre ele.

Observe-se que “porta-estandarte” e “salvador”, se interpretadas não como ironia, e sim como metáforas, se opõem a “bode expiatório”, transmitindo a ideia de que o artista, ao emitir suas opiniões, fica a mercê da mídia, podendo aparecer tanto como uma vítima a partir da manipulação do que ele fala como líder, um guru ou coisa que o valha. “[...] a massa é constantemente exposta à sugestão. Ela lê não as notícias, mas as notícias com a aura da sugestão sobre elas, indicando a linha de ação a ser tomada” (LIPPMANN, 2008, p. 215) e quer se eximir do peso de qualquer responsabilidade.

Se por um lado a postura de líder pode (...) vocalizar “a opinião frequente da massa” e (...) “ganhar confiança” (...) (LIPPMANN, 2008, p. 216); por outro, fica condenada a nunca desagradar à audiência. Já ser bode expiatório significaria ficar todo o tempo a mercê da manipulação dos meios de comunicação de massa. Em 1970, ao se referir a sua participação no tropicalismo, Caetano Veloso já questionava isso, só que utilizava o termo “oráculo”:

[...] apenas com o brilho passado de um trabalho confuso de dois anos, eu me tornei uma espécie de oráculo e qualquer peido que eu dou é uma tomada de posição pela qual eu tenho que me responsabilizar. [...] Caetano

¹² Caetano Veloso. Bar Academia. Rio de Janeiro: TV Manchete, 4 de setembro de 1983. Programa de TV.

¹³ Texto publicado originalmente no jornal *O Verbo Encantado*, em junho de 1972 e inserido, em 1977, na coletânea de textos, *Alegria, Alegria*, organizada por Waly Salomão.

Veloso pode mesmo estar por trás de tudo, inclusive de mim (*apud* CASTELO BRANCO, 2005, p. 13).

O depoimento acima revela como o confronto entre a imagem real do artista e a construída pela mídia o incomoda. Quando se intitula “uma espécie de oráculo”, Caetano Veloso, intencionalmente ou não, termina por induzir a quem ainda não o imagina assim, passar a imaginar. As ambições de Caetano Veloso em relação a ele mesmo como artista, na verdade, extrapolam a pretensão de ser líder:

(...) Não gosto de responder com líder de nada. Quando tenho oportunidade de falar, eu me singularizo, me particularizo, me individualizo. Me angustia o fato de parecer que eu tenho poder, me dá angústia mesmo, muito grande. Me dá um medo como se fosse um destino, entende? Como se de repente uma carga muito pesada ficasse em minhas costas. (...). Não me negaria a liderar, se eu fosse capaz de liderar, entende? Mas eu não quero que um pouco de talento, misturado com um pouco de charme, seja confundido pelas pessoas como liderança, entendeu? (VELOSO¹⁴, 1972).

O artista se diz angustiado com a ideia de parecer ter algum poder, mas também não consegue renegar esse aparente poder conferido a ele. E isso fica claro também em outros depoimentos. “Eu nunca quis ser guru e nunca abdiquei de ser guru” (VELOSO¹⁵, 1983). Quando a imprensa, no entanto, se apressa em denominá-lo guru, ele não aceita:

Não gostei (de a revista *Bravo!* ter dito que ele é o guru da nova geração), acho que não tá correta a expressão. Soa antiquado o termo “guru”, e não é verdade. Tem um negócio de dizer que o Chico e o Paulinho da Viola estão congelados no inverno e que eu tô no verão. A comparação tá errada. Mas a gente não pode ficar reclamando de tudo que sai na imprensa, é assim mesmo (VELOSO¹⁶, 2011).

Aqui, Caetano Veloso não é modesto. No fundo, ele não concorda com o termo guru para defini-lo não só porque ao usá-lo o repórter termina ofendendo outros artistas, mas porque, segundo Caetano, é antiquado. Note-se, ainda, que mesmo sabendo que a intenção do jornalista foi enaltecê-lo, ele aproveita a oportunidade para “alfinetar” a imprensa.

Em 2014, o mesmo assunto volta a entrar em pauta numa entrevista do artista ao suplemento *Muito*, do jornal *A Tarde*, de Salvador. E Caetano responde a mesma coisa, dizendo que prefere o termo inquieto. “Guru da nova geração não sou mesmo. Nem me arvoraria a ser. Inquieto, infelizmente, sim, embora já tenha passado da idade em que a

¹⁴ VELOSO, Caetano. *Quem é o Caetano? – O Caetano sou eu*: entrevista. [31 de março a 13 de abril de 1972]. Revista Bondinho, Arte e Comunicação Editora, n. 38, p. 26. Entrevista concedida a Hamilton Almedia.

¹⁵ Caetano Veloso. Bar Academia. Rio de Janeiro: TV Manchete, 5 de dezembro de 1983. Programa de TV.

¹⁶ VELOSO, Caetano. TransCaetano; entrevista. [março de 2011]. Revista Billboard Brasil, BPP Promoções e Publicações, n. 17, p. 39.

gente precisa ter mais quietude. Não procuro me reinventar. Ao contrário, tento chegar mais perto daquilo que entrevi desde a puberdade” (VELOSO¹⁷, 2014).

Conclusões

No caso de Caetano Veloso, parece elucidativo citar a ideia de “identidade palimpsesto” trabalhada por Bauman (1998, p. 36), que diz que a construção da identidade é marcada por uma série de novos começos que podem ser facilmente rearranjados e construídos uns sobre os outros. Ao recorrer ao palimpsesto, Bauman aponta para o fato de as identidades pessoais contemporâneas serem passageiras e sobrepostas umas as outras. Para ele, o problema da identidade resulta principalmente da dificuldade de se manter fiel a qualquer identidade por muito tempo (1998, p. 155).

Quando Caetano revela numa entrevista: “Sou um ser indefinido. Já disse isso ao meu analista e ele achou legal” (VELOSO¹⁸, 1972), na verdade, ele está assumindo essa identidade fragmentada e contraditória do homem pós-moderno.

De acordo com Bauman (2013, p. 35), na época em que vivemos, líquido-moderna, em que o indivíduo flutua livremente e que é o herói popular, ‘estar fixo’, ou seja, ‘identificado’ de maneira inflexível e sem alternativa, é cada vez mais desagradável. Noutras palavras, o sociólogo polonês quer dizer que não se busca hoje assumir mais uma única identidade, mas várias. Dizer, por exemplo, que se é assim ou assado é uma atitude perigosa, porque “o sólido corre o risco de desmanchar-se”.

Na modernidade líquida, deve-se estar em constante movimento, pronto para trocar rapidamente falas, roupas e gestos que se utiliza para se representar de acordo o que o momento exige, mesmo se sentindo à deriva numa modernidade cada vez mais líquida. (...) “no admirável mundo novo das oportunidades fugazes e das seguranças frágeis, as identidades ao estilo antigo, rígidas e inegociáveis, simplesmente não funcionam” (BAUMAN, 2013, p. 33). Para o autor, as identidades hoje possuem livre curso, e cabe a cada indivíduo capturá-las em pleno voo, utilizando os próprios recursos e ferramentas.

A composição da identidade é comparada por Bauman à montagem de um quebra-cabeça, ressaltando, no entanto, que, ao contrário do jogo, “que vem completo em uma caixa”, o quebra-cabeça biográfico é incompleto e faltam várias peças. A globalização – que facilitou ainda mais o acesso a informações, a textos os mais variados, à

¹⁷ VELOSO, Caetano. *Caetano Veloso: “A Bahia ocupa um lugar central dentro de mim”*: entrevista. [02 de maio de 2014]. *Jornal A Tarde*, Suplemento Muito, p. 03. Entrevista concedida a Marina Novelli.

¹⁸ In: FONSECA, Heber. *Caetano – Esse Cara*. São Paulo: Revan, 1993, p. 32. Entrevista publicada originalmente no jornal *City News*, em 1972.

espetacularização e à polemização dos assuntos na mídia de maneira quase que instantânea – fez o indivíduo muitas vezes se sentir “obrigado” – ainda que inconsciente – a pertencer a algum lugar, a se sentir participante dessas tantas comunidades. Esse processo é o que Bauman designa de identidades guarda-roupa; e Stuart Hall, de fragmentação do indivíduo. Essas identidades, no entanto, não podem ser compreendidas fora da instância simbólica, o “lugar” onde vão produzir sentidos.

A recusa de Caetano Veloso em aceitar os estereótipos impostos pela mídia – mesmo quando estes pareciam convenientes para o artista –, podem ter custado caro a ele, algumas vezes, mas por outro lado terminaram se transformando em um recurso eficaz de ocupação midiática, concedendo ao compositor uma visibilidade – ou como preferem os críticos – “superexposição” do artista ao longo de quase um século de carreira artística. E isso ele pode muito bem ter conseguido ao dizer sim quando o sistema consagrava o não; a fundar o não, quando o discurso hegemônico impunha o sim. Tanto quanto provoca como quando é provocado, Caetano Veloso deixa rastros indisfarçáveis de sua recusa radical a qualquer tipo de conformismo. Esta talvez seja uma das pistas para decifrá-lo. Ou não.

REFERÊNCIAS

AMOSSY, Ruth (org.). **Imagens de si no discurso** – a construção do ethos. Editora Contexto: São Paulo, 2008.

BARTHES, Roland. **Aula**. São Paulo: Cultrix, 1978.

_____. **Mitologias**. 3 ed. Rio de Janeiro: Difel, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1998.

_____. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2005.

BIROLI, Flávia. **Mídia, tipificação e exercícios de poder: a reprodução dos estereótipos no discurso jornalístico**. Rev. Bras. Ciênc. Polít. no.6 Brasília July./Dec. 2011.

Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-33522011000200004&script=sci_arttext>. Acesso em: 03 de jul. 2014.

CAREY, James. **Communication as culture**. Boston: Unwin Hyman, 1989.

CHARAUDEAU, P.; MAIGUENEAU, D. **Dicionário de Análise do Discurso**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2008.

DA VIÁ, Sarah Chucid. **Opinião pública: técnica de formação e problemas de controle.** São Paulo: Loyola, 1983.

DINIZ, Maria Lúcia Vissotto Paiva. **Estereótipo na mídia** – doxa ou ruptura. Disponível em: <http://www4.faac.unesp.br/posgraduacao/comunicacao/textos/MDiniz_T001.pdf>. Acesso em: 04 de jul. 2014.

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso.** São Paulo: Loyola, 1995.

HALL, Stuart. “The spectacle of the “other”. *In*: HALL, Stuart (ed.). **Representation: cultural representations and signifying practices.** UK, London: Sage Publications, 2001.
HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

JAMESON, Fredric. “Sobre los “Estudios Culturales”. *In*: GRÜNER, Eduardo (org.), **Estudios culturales** - Reflexiones sobre el multiculturalismo, p. 69-137. Buenos Aires: Paidós, 1998.

JUNIOR, Paulo Melgaço da Silva. Quando as questões de gênero e sexualidades interrogam as práticas curriculares: reflexões sobre programa de orientação sexual, masculinidades e (homos)sexualidades na escola. *In*: *XV Encontro Nacional de Didática e Prática de Ensino (Anais)*, 2010.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública.** Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

LYZARDO-DIAS, Dylia. **A construção e a desconstrução dos estereótipos pela publicidade brasileira.** Stockholm Review of Latin American Studies. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/150467169/LYSARDO-DIAS-D-Construcao-e-a-desconstrucao-de-esteriotipos-pela-publicidade-brasileira-A>>. Acesso em: 04 de jul. 2014.

MAINGUENEAU, Dominique. “A noção de ethos discursivo”. *In*: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. (Orgs.). **Ethos discursivo.** São Paulo: Contexto, 2008.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos.** São Paulo: Hacker, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia;** tradução: Ronaldo Polito e Sergio Alcides. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

NASCIMENTO, Bruno Ribeiro. **Língua da mídia:** análise da retórica jornalística nas matérias sobre a língua portuguesa da revista Veja. Intercom – Fortaleza, CE – 3 a 7/9/2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0906-1.pdf>>. Acesso em: 03 de jul. 2014.

SANTOS, Marinês Ribeiro dos. **A Permanência do tradicional nas representações do moderno:** a construção da identidade social da dona de casa na revista Casa & Jardim. Disponível em: <http://www.fazendogenero.ufsc.br/9/resources/anais/1277303606_ARQUIVO_MarinesSantos_fg9_2.pdf>. Acesso em: 02 de jul. 2014.