

Parceria, uma nova ordem textual

Ivete Walty

Resumo

Observando processos e produtos culturais ligados à população que mora nas ruas das grandes cidades brasileiras, pretendo estudar aquilo a que chamo parceria social e textual, com uma atenção especial para as revistas produzidas sobre e para esse segmento excluído: *Ocas*, em São paulo e Rio de Janeiro, em diálogo com *L'Itinéraire* em Montréal. O conceito de parceria será tomado como um operador de leitura desse tipo de texto, caracterizado por uma enunciação compósita, que, englobando diferentes agentes culturais, procura construir um espaço público, onde haveria troca e interação.

“Etat d’urgence : un camp de réfugiés au centre-ville”. Este é o nome dado a um evento que aconteceu em Montréal, no Québec. Os organizadores assim o definiram::

Estado de urgência é um Manifestal, um lugar engajado e multidisciplinar para vir descobrir os artistas de outra forma, em um clima de partilha e de coesão social, sem artifício mas com um contato direto e caloroso que vocês não encontrarão em nenhuma outra parte. Participem.

“Urgência”. Assim se intitula uma seção da revista *Parachute*, que, em um número sobre São Paulo, “faz uma síntese de uma série de discussões acontecidas entre artistas cujas práticas interferem na vida pública”. Nesses encontros discutiam-se os conceitos de realidade e de real, buscando delinear o lugar da arte na vida urbana. As expressões “vida pública” e “trabalho coletivo” marcam o

artigo resultante dos debates. Este artigo termina chamando a atenção do leitor sobre a urgência de intervenções táticas:

Este movimento de intervenções táticas nos diferentes mídias é, no mínimo, uma forma de balançar os poderes hegemônicos. Identificar e potencializar as urgências para que elas sejam transformadoras, é então um desafio". (p.122 – tradução livre)

É interessante notar que as palavras "público" e "coletivo", nesse momento circulam em vários outros eventos culturais, marcados pela relação dos artistas com a população excluída que mora nas ruas das cidades.

Nas grandes cidades brasileiras, por exemplo, pode-se observar um significativo número de produtos culturais, resultantes de um tipo especial de parceria, que engloba artistas, intelectuais, cantores populares, escritores. Recentemente, Ana Botafogo, dançarina clássica, apresentou um espetáculo com Carlinhos de Jesus, um professor de dança popular. Muitos cineastas realizaram filmes, tendo como tema os artistas populares. É o caso do filme *A pessoa é para o que nasce*, de Roberto Belinder, no qual as três irmãs cegas, cantoras de feira na Paraíba, representam seu próprio papel.

Em outra área, é também o caso da pesquisa empreendida pelo rapper MV Bill, o fotógrafo Celso Athaide e o antropólogo Luiz Eduardo Soares. A partir dessa pesquisa sobre os meninos que trabalham com os traficantes, os dois primeiros criaram o vídeo *Falcão, os meninos do tráfico*, e, como o terceiro, escreveram o livro *Cabeça de porco*, em cuja apresentação, eles dizem:

Cabeça de porco tem um dupla origem; é uma espécie de estuário de duas fontes. Uma longa pesquisa realizada em diversos estados brasileiros por Celso Athaide e MV Bill, sobre os jovens na vida do crime e suas razões, sobre a dimensão humana desses jovens; e um conjunto de pesquisas e registros etnográficos, conduzidos por Luiz Eduardo Soares, nos últimos sete anos, sobre juventude, violência e polícia. Os dois afluentes se encontraram porque os valores a a interpretação dos problemas eram convergentes. E os três autores decidiram completar suas respectivas tarefas com um conjunto de entrevistas qualitativas, as quais foram realizadas, em 2003, pelos professores Helio Raimundo Santos Silva e Miriam Guidani. (2005, p.13)

Por outro lado, Ferrez, um escritor saído ele mesmo da favela, organizou um livro intitulado *Literatura marginal: talentos da escrita periférica*, onde faz circular "a voz que não tem voz". Este projeto teve início com a revista *Caros amigos*, que publicou três números especiais com textos de pessoas marginalizadas pela sociedade. Escritores já conhecidos, como João Antônio e Plínio Marcos (hoje falecidos), dividem o espaço do livro com nomes como D. Laura, Gato Preto e Geraldo Brasileiro.

Os projetos que mobilizam pessoas de diferentes segmentos sociais são complexos porque, em geral, envolvem relações de poder próprias do mercado econômico e cultural. No caso do livro, que acabo de mencionar, por exemplo, mais precisamente sobre a capa, o nome, que salta aos olhos pelo tamanho de seus caracteres é aquele de Ferrez, o organizador do livro.

É, pois, muito importante analisar o processo que dá origem a esse tipo de

publicação, caracterizada por uma enunciação múltipla, misturando parceiros de diferentes níveis sociais, culturais e intelectuais.

Antes disso, porém, é preciso considerar que, de uma maneira geral, um interesse comum mobiliza as pessoas que se agrupam para fazer qualquer coisa juntas: um partido ou um movimento político, uma associação esportiva, uma missão religiosa ou outros. Esses grupos produzem textos de natureza variada para fazer circular suas idéias e seus valores, o que não significa que esses valores sejam puros ou ideais.

No prefácio feito para a edição de 1990 de seu livro *L'espace public*, Habermas, com J. Keane, considera que

O núcleo institucional da sociedade civil é constituído por esses agrupamentos voluntários fora da esfera do Estado e da economia, que, vão, para não citar senão alguns exemplos, das igrejas, associações e círculos culturais, passando pelas mídias independentes, associações esportivas e de lazer, clubes de debates, fóruns e iniciativas cívicas, até as organizações profissionais, os partidos políticos, os sindicatos e as instituições alternativas. (p.XXXII – tradução livre)

Habermas continua, dizendo que, para Keane, a função dessas associações é a de “manter e redefinir as fronteiras entre a sociedade civil e o Estado através de dois processos interdependentes e simultâneos: de uma parte “a extensão da igualdade social e da liberdade”, de outra parte, “a reestruturação e a democratização do Estado”. (p.XXXII). Trata-se, então, de associações que contribuem para a formação de opinião.

Esse tipo de grupo seria já uma forma de parceria, mas, sem entrar no domínio da teoria sociológica, interessa-me sobretudo analisar o lugar dessas novas modalidades de parceria que surgem hoje, agrupando pessoas de diversos segmentos sociais cujos interesses não são comuns como aqueles dos grupos políticos, religiosos ou esportivos, mesmo que possam ser de todas essas naturezas.

As revistas alternativas urbanas, objeto deste trabalho, representam um caso desse tipo de parceria. Associações diferentes se associam para fazer uma publicação em papel jornal, mirando um público também diversificado. Pode-se falar de uma enunciação compósita e de uma recepção também diferenciada. Quem fala? A quem fala? Como essas palavras se situam face à força das mídias eletrônicas ou diante dos mecanismos do mercado? Pode-se dizer que esse tipo de publicação faz parte do espaço público, sobretudo se se considera que o espaço público é policêntrico e tem várias configurações?

Se se reconhece, com Habermas, que “a exclusão das camadas inferiores, mobilizadas cultural e politicamente, provoca já uma pluralização da esfera pública em sua fase de formação”(1994, p. VI – tradução livre), marcadamente burguesa, pode-se perguntar como se forma esse espaço hoje e que papel esse tipo de publicação desempenha nesse contexto dominado pelas mídias eletrônicas.

Examinando alguns números da revista *Ocas*, pode-se exemplificar a diversidade de sua enunciação e de sua recepção. A própria organização da revista exhibe, através dos títulos de cada seção, a participação dos sem-teto ao lado de figuras conhecidas no mundo político, social e midiático. Os moradores de rua tomam a palavra, em geral, nas seções ““Becos e vielas Z/S- a voz da periferia”, “Cabeça sem teto”, Olhares do mor-

ro”, “Filosofia de esquina”, entre outras. Além disso, algumas vezes, eles são também o tema de reportagens sobre o país e o mundo, com notícias sobre a universidade pública, o transporte público, a saúde pública, a poluição, a devastação da floresta amazônica etc. Ao lado disso, em geral na seção “Cranianas”, pode-se ler a palavra de dirigentes políticos ou de intelectuais, como, por exemplo, o secretário da ONU, Koffi Aman, ou o sociólogo filipino Walden Bello; de artistas consagrados pela mídia, como Chico Buarque, Marcelo Yuka, Fernanda Young; ou aqueles que emergem das favelas, como os já citados MV Bill e Ferrez.

A diferença entre esse tipo de publicação e os outros jornais e revistas que circulam em nossa sociedade consiste, então, no papel desempenhado pelos habitantes de rua ao lado dos editores e de outros autores de artigos e reportagens. O espaço dado às palavras dos desassistidos não encontra correspondência em outros jornais e revistas.

Podemos tomar alguns exemplos da rede que se forma em cada número e entre vários números. Na edição de fevereiro de 2003, a seção “Cabeça sem teto” intitulada “Pausa para um bate-papo”, os vendedores de *Ocas* contam suas experiências. Jason Prado Mendonça, especialista em mecânica, hidráulica e eletricidade, mas sem emprego, confessa que sua vida mudou depois de começar a vender *Ocas*. A propósito de sua tarefa de vendedor, ele diz:

É um trabalho lucrativo, para quem acredita é um trabalho ótimo, que tira as pessoas de situação difícil, transforma a vida das pessoas sem apoio, que não têm onde ficar. É difícil arrumar um emprego, porque quem vem de outro Estado chega na cidade grande e não tem um ponto de referência. E quem mora em casa de apoio ou albergue a sociedade discrimina, pisa em cima, vê como lixo. Mora em albergue, é ladrão, é lixo, não presta. A sociedade vê dessa forma, mas ela não vê o porquê de a pessoa estar ali. (p.10)

Depois disso, Jason fala também do público que compra a revista, insistindo sobre sua variedade. Ele enumera os valores que a sociedade exige para aceitar uma pessoa:

Depois que comecei a vender a revista houve uma mudança muito grande porque essas pessoas já vêem você andando com a aparência diferente, cabelinho cortado, o jeito de você conversar muda, porque adquire um conhecimento do público em geral. Você conversa com doutor, com advogado, com diretor de empresa, conversa com juiz, você conversa com pessoas que você nem imaginava antes. (p10)

Jason domina certas estratégias do mercado e pode então vender uma boa quantidade de revistas para se assegurar uma vida mais digna. Também Geraldo Gouveia de Moraes conta suas experiências como morador de rua, chamando a atenção do leitor para a atração que esse tipo de vida exerce sobre ele por causa da liberdade que ela pode oferecer. Ele afirma que, antes, sua vida, seja em casa de parentes, seja em abrigos, era como uma prisão: “Na rua a gente tem liberdade, pode fazer o que quer, não esquentar a cabeça com a hora.”. Ele fala também do contato com o público como coisa positiva.

Em relação a esse público, a leitura da seção “Cartas” confirma que as pessoas

que compram a revista são, em geral, ligadas a outras organizações sociais que trabalham com os excluídos: professores, sobretudo universitários, artistas, cantores, jornalistas. Alguns moram fora do país e conhecem outras revistas da rede internacional, como *The Big Issue*, em New York, ou a portuguesa *Cais*.

A comunicação entre leitores e produtores se reforça quando alguém envia à revista textos escritos por outros excluídos. É o caso do poema, enviado pelo leitor João Belo e escrito por crianças abandonadas que estão hoje em uma Fundação na cidade de Mandirituba, no Paraná.

Nós também queremos viver
Para vocês vida bela, para nós favela
Para vocês carro do ano, para nós resto de pano
Para vocês luxo, para nós lixo
Para vocês escola, para nós pedir esmola
Para vocês ir à lua, para nós morar na rua
Para vocês Coca cola, para nós cheirar cola
Para vocês avião, para nós camburão
Para vocês academia, para nós delegacia
Para vocês piscina, para nós chacina
(...) nº.7, fev. 2003, p.28)

Por outro lado, pode-se encontrar também entre as cartas de leitores uma cujo autor pede aos editores para diminuir a quantidade de reportagens sobre os excluídos e seu mundo, assim argumentando:

Uma coisa que me incomoda muito na produção cultural brasileira é o fato de que a miséria seja nosso principal produto de exportação. Ela é sempre explorada ao máximo pelo cinema, pela música e pelo teatro, o que, em lugar de ajudar a encontrar um solução para este problema, não faz mais que banalizá-lo.(...)
Eu penso que seria mais interessante mostrar que estas são pessoas que pensam, que emitem suas próprias opiniões, que têm seus próprios sonhos. (maio 2004)

O mesmo leitor critica uma carta publicada em um número anterior da revista, que tinha proposto como solução para os problemas sociais de São Paulo o retorno dos imigrantes à sua cidade de origem. O leitor afirma: "Pensar em enviar os pobres a seus lugares de origem é uma solução simplista e enganosa. E os imigrantes que não são pobres, nós vamos expulsá-los também?" (*Ocas*, n.21, mai 2004, p.28)

Pode-se perceber que, nesse tipo de publicação, nós temos várias vozes em um debate onde as diferenças podem aparecer melhor, em relação, por exemplo, com revistas como *Istoé* ou *Veja*, grandes semanários brasileiros dirigidos à classe média em geral. Por outro lado, pode-se notar também que, apesar de sua diversidade, o público que lê *Ocas* é já um público sensibilizado pelas questões sociais. Na realidade, a maior parte da sociedade brasileira não conhece esta publicação e não se interessa pelos assuntos que justificam sua existência.

De qualquer maneira, a publicação existe como o espaço que ela representa, a rua, um lugar público, onde os espaços se cruzam, as pessoas se encontram. Ela provém de uma parceria entre empresas privadas, alguns órgãos públicos e religiosos, organizações civis independentes e os moradores de rua. Dessa parceria resulta uma enunciação

múltipla, de diferentes origens, uma enunciação compósita. Além disso, cada revista se liga a outras em diferentes países, pertencentes à Rede Internacional de Jornais de Rua (INSP), cujo denominador comum seria justamente a palavra dos excluídos ao lado daquela dos cidadãos integrados na vida urbana.

Alguns anéis dessa rede podem ser observados, por exemplo, quando se lêem notícias brasileiras publicadas por *Ocas* na revista *L'itinéraire* em Montréal¹. Na primeira página do número de 15 de fevereiro de 2006, por exemplo, encontra-se um artigo escrito por uma jornalista brasileira que faz um estágio na redação da publicação quebequense. Neste artigo intitulado “Ocas, entre journal et samba”, declarando que “a cidade mais rica da América do Sul, São Paulo, conta com 11000 moradores de rua e perto de 2000 crianças vivem nas ruas, Mariana Zafalon escreve:

Já que o governo brasileiro não se esforça para melhorar a situação, os esforços individuais e dos grupos comunitários são indispensáveis. Em julho de 2002, uma alternativa à mendicância ganhou as ruas dessas duas grandes cidades do Brasil: o jornal de rua *Ocas*. *Ocas*, nome do organismo que a criou, Organização Civil de Ação Social, lembra também o nome das cabanas habitadas pelos índios do Brasil antes da colonização portuguesa. (p.3- tradução livre)

O nome da publicação sobre a qual escreve Mariana Zafalon, *Ocas*, fazendo referência à problemática dos índios, insere-se ainda em uma outra cadeia, a história do país em sua relação com a construção da desigualdade social. Por outro lado, o título do artigo retoma um estereótipo da grande imprensa, utilizando o motivo do samba apenas para atrair a atenção do leitor estrangeiro, já que o assunto não aparece no corpo da reportagem.

Nesse mesmo artigo, Mariana Zafalon mostra que, a despeito da falta de infra-estrutura da revista, “em dezembro de 2005, *Ocas* recebeu o prêmio João Canuto, da ONG Rede Social de Justiça e Direitos Humanos e, em janeiro de 2006, aquele da Associação Cultural da Arquidiocese do Rio de Janeiro, na categoria Ação Social”. (*L'itinéraire*, n.04, 15 fév. 2006, p.3 – tradução livre)

Esse diálogo entre a revistas *L'itinéraire* e *Ocas* e com mais jornais da rede mundial, além de outras organizações sociais, caracteriza um novo processo de escrita, que ilustra uma nova maneira de “estar juntos”², uma parceria que reúne pessoas de diferentes segmentos sociais, de diferentes lugares geográficos e espaços simbólicos.

Definindo cultura como um “espaço estratégico de tensões”, Martin Barbero propõe que esses lugares sociais adquirem novos sentidos. Ele afirma, então, que “a cultura emerge também como lugar de ajuntamento e hibridação de (todas essas) manifestações: religiosas, étnicas, políticas, sexuais”. (2001, p. 39 – tradução livre)

Sem esquecer as hierarquias e as assimetrias nas relações de poder, ousa-se afirmar que esses jornais de rua ilustram essa mobilidade e essa hibridação, exibindo conscientemente as contradições sociais. Assim, eles podem contribuir para deslocar espaços fixos, valores hegemônicos, como uma pequena fissura em um muro grande e

1 Em outros artigos, foram analisadas outras reportagens de *L'itinéraire* sobre os moradores de rua no Brasil.

2 Expressão utilizada por Martin Barbero.

espeço.

Se se retomam algumas expressões presentes nos textos citados em meu trabalho, percebe-se uma outra rede: “um lugar engajado e multidisciplinar”, “um clima de partilha e coesão”, “intervenções táticas”, confluência de duas fontes”, “valores e interpretação de problemas”(…) convergentes”, “agrupamentos voluntários”. Estas expressões caracterizam produtos culturais que contribuem para a emergência de um novo espaço público, no sentido utilizado por Dominique Wolton. Este autor, alargando o conceito de Habermas para aí incluir a sociedade de massa, escreve:

Trata-se de um espaço simbólico onde se opõem e se respondem os discursos, na sua maioria contraditórios, dos agentes políticos, sociais, religiosos, culturais, intelectuais que constituem uma sociedade. É, portanto, antes de mais nada, um espaço simbólico, que requer, para se formar tempo, um vocabulário e valores comuns, um reconhecimento mútuo das legitimidades; uma visão suficientemente próxima das coisas para discutir, contrapor, deliberar. (p.379-380)

Sublinhando que ele “simboliza, simplesmente, a realidade de uma democracia em ação, ou a expressão contraditória das informações, das opiniões, dos interesses e das ideologias”, o autor mostra que o espaço público “constitui o laço político que liga milhões de cidadãos anônimos, dando-lhes a sensação de participar efetivamente na política”. (Wolton, 1997)

Enunciação compósita, rede internacional, parceria, espaço público, todos esses conceitos assinalam o domínio do público, do coletivo e pertencem a uma nova ordem textual e social. É por isso que nós devemos encontrar novas ferramentas de trabalho, outros operadores de leitura e análise que dêem conta desses novos tipos de produtos culturais.

Referências Bibliográficas

ATHAÍDE, Celso, MV BILL, SOARES Luiz Eduardo. *Cabeça de porco*. Rio de Janeiro : Objetiva, 2005.

HABERMAS, Jürgen. *L'espace public*. Trad. Marc de Launay. Paris: Payot, 1993.

MARTIN BARBERO, Jesús. (2001). Globalización y integración desde la perspectiva cultural. In: VALCÁRCEL, Javier Lasarte (coord.). *Territorios intelectuales: pensamiento y cultura en América Latina*. Caracas: Fondo Editorial La Nave Va, p.35 – 50.

Parachute: art contemporain. 116 (São Paulo). Montréal, janv. 2005.

WOLTON, Dominique. *Penser la communication*. Paris: Flammarion, 1997.