

Vanessa Espínola Coutinho

**Ativismo e Poéticas no Espaço Urbano:
Uma abordagem comunicacional do grupo BijaRi**

Dissertação de mestrado, apresentada à PUC-SP como
requisito parcial para a obtenção do grau de mestre em
Comunicação e Semiótica;

Linha de pesquisa: Processos de Criação nas Mídias.
Orientadora: Profa. Dra. Lucia Isaltina Clemente Leão

São Paulo

2012

Vanessa Espínola Coutinho

**Ativismo e Poéticas no Espaço Urbano:
Uma abordagem comunicacional do grupo BijaRi**

Dissertação de mestrado, apresentada à PUC-
SP como requisito parcial para a obtenção do
grau de mestre em Comunicação e Semiótica;
Linha de pesquisa: Processos de Criação nas
Mídias.

Data de aprovação: __/__/____

Prof^ª. Orientador (a) Lucia Isaltina Clemente Leão
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Prof^ª. Christine Pires Nelson de Mello
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Prof. Henrique Zoqui Martins Parra
Universidade Federal de São Paulo

Dedico a meu pai, minha mãe, minha sobrinha
e minha irmã.

Agradecimentos

Agradeço aos amigos que formalmente e informalmente me ajudaram nesta dissertação, lendo um capítulo, contribuindo com referências, troca de idéias e conversas. Entre eles estão Cesar Habert Paciornik, Daniela Cestari Barbosa, Douglas Melo, Eduardo Fernandes, Fabiana Mitsue, Gabriel Bueno, Ivo Pons, Marcel Copola, Moritz Shuch e Rafael Cardoso.

À Lucia Leão, minha orientadora pelas orientações. À Thiago Coutinho-Silva, amigo, primo, que discutiu o tema comigo, leu, releu, problematizando esta dissertação e que me apóia no setor acadêmico da minha vida desde a graduação. À Iara Piero de Camargo, minha “*best friend teacher*”, que me apoiou muito na fase final da pesquisa. À Vinicius Rodrigues, que me acompanhou na fase mais decisiva do mestrado, época anterior à qualificação e que me ajudou com muitas discussões sobre o assunto, me presenteando com o livro “Direito à Cidade” de Henry Lefebvre. À Juliana Rocha Franco que me indicou Milton Santos, por quem me apaixonei. Aos amigos Carla de Bona, Bruno Mendonça e Camila Rocca, pessoas incríveis com quem eu conversava para desabafar, reclamar, chorar e dar risadas - quando possível - durante todo o processo do mestrado. Aos integrantes do grupo BijaRi que me cederam momentos de seu tempo para entrevistas e conversas. Aos professores Maria Lucia Santaella Braga e Eugênio Trivinho pelas aulas incríveis. Por fim, aos meus amigos, familiares e alunos que compreenderam minha falta nos últimos meses de mestrado.

“Si o senhor não "tá" lembrado
 Dá licença de "contá"
 Que aqui onde agora está
 Esse "edifício arto"
 Era uma casa véia
 Um palacete assombrado
 Foi aqui seu moço
 Que eu, Mato Grosso e o Joca
 Construímo nossa maloca
 Mais, um dia
 Nós nem pode se alembá
 Veio os homi c'as ferramentas
 O dono mandô derrubá
 Peguemo todas nossas coisas
 E fumos pro meio da rua
 Aprecia a demolição
 Que tristeza que nós sentia
 Cada táuba que caía
 Duia no coração
 Mato Grosso quis gritá
 Mas em cima eu falei:
 Os homis tá cá razão
 Nós arranja outro lugar
 Só se conformemo quando o Joca falou:
 "Deus dá o frio conforme o cobertor"
 E hoje nós pega a páia nas grama do jardim
 E prá esquecê nós cantemos assim:
 Saudosa maloca, maloca querida,
 Dim dim donde nós passemos os dias feliz de nossas vidas
 Saudosa maloca, maloca querida,
 Dim dim donde nós passemos os dias feliz de nossas vidas.”

Adoniran Barbosa

COUTINHO, Vanessa Espínola. **Ativismo e Poéticas no Espaço Urbano: Uma abordagem comunicacional do grupo BijaRi**. Dissertação de mestrado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012.

RESUMO

A presente pesquisa tem como objeto a materialidade das mídias, isto é, o potencial comunicante do espaço urbano, com foco em práticas artísticas. O objetivo do trabalho é compreender e analisar a potencialidade de práticas artísticas, mais precisamente práticas ativistas do grupo BijaRi, através da “práxis da comunicação” (Barros, 2011). Nossa hipótese é a de que ações ativistas na cidade são capazes de fazer despertar novas perspectivas críticas sobre construções de mundos possíveis. A noção de espaço urbano, segundo Santos (2002), compreende um entrelaçamento de aspectos materiais e imateriais, e propõe que se considere o espaço como um híbrido, ou “síntese, sempre provisória entre conteúdo social e formas espaciais”. A dissertação articula também o conceito de ‘espaço urbano comunicante horizontal’ de Santos (2008) e o conceito de ‘fratura’ em Greimas (2002). Trabalhamos com estudos de casos de intervenções realizadas pelo grupo BijaRi que problematizam o espaço urbano e dialogam com as propostas conceituais, buscamos mostrar o potencial comunicante do espaço urbano e o potencial comunicante que possui as práticas artísticas ativistas. Metodologicamente, o projeto é composto por quatro fases: revisão bibliográfica, articulação de conceitos, pesquisa de campo com o estudo de casos e entrevistas. Por fim, apresentamos a conclusão e seus resultados, além de apresentarmos as questões ainda em aberto para pesquisas posteriores.

Palavras-Chave: Comunicação, semiótica, BijaRi, ativismo, processos de criação nas mídias, espaço urbano, intervenção urbana

COUTINHO, Vanessa Espínola. **Activism and Poetics in the Urban Space: A communicational approach BijaRi group**. Dissertation, Pontifical Catholic University of Sao Paulo, Sao Paulo, 2012.

ABSTRACT

The objective of the present research is to analyse and understand the potential of communication within urban spaces, focusing in particular on the artistic practices of the activist group BijaRi through “práxis da comunicação” (Barros, 2011);

Our hypothesis is that activist actions have the potential to demonstrate a new critical perspectives about the construction of possible worlds.

The impression of urban space according to Santos (2002), is to understand, the web of material and immaterial aspects and proposes considering the space as a hybrid or “synthesis, always provisional between social content and spatial forms”.

Investigating these, this paper aims to reflect them in the sentence “urban space communicates horizontally” with the proposed “communicational density” presented by Santos (2008) and powered by the concept of “fracture” by Greimas (2002).

Working with the case studies of interventions realized by the BijaRi group that question urban space and dialogue with the conceptual proposals, we seek to demonstrate the potential of communication that is made possible by artistic practices activists.

Methodologically the project consists of four phases: Literature review, articulation of the concepts and field research with case studies and interviews. Finally we present the results including the conclusion as well as issues that have the potential for further research.

Key-Words: Communication, Semiotics, BijaRi, Creation processes in the medias, Activism, Urban intervention, Urban space

LISTA DE FIGURAS

Fig.1 Componentes da comunicação

Figura 2:OCUPA SAMPA | ACAMPA SAMPA

Figura 03: the homeless projection

Figura 04: “Fuck for theHeir - Medved’ slittleBear!

Figura 05: "Dick captured by KGB!"

Figuras 06 e 07: “Palace Revolution”

Figura 08: “Shapolsky et al. Manhattan Real Estate Holdings, A Real Time Social System, as of May 1, 1971”.

Figura 09: Coletivo espanhol LeftHandRotation na LUZ

Figura 10: Google maps da Av. Brigadeiro Faria Lima

Figura 11: frame do registro videográfico da ação “Galinha”

Figura 12: vídeo Galinha.

Figura 13: 0:23 e 0:31 segundos do vídeo Galinha.

Figura 14: 0:31 e 0:37 segundos do vídeo Galinha.

Figura 15: 0:38 e 0:42 segundos do vídeo Galinha.

Figura 16: 0:43 e 0:57 segundos do vídeo Galinha.

Figura 17: 0:57 e 1:05 minutos do vídeo Galinha.

Figura 18: 1:05 e 1:14 minutos do vídeo Galinha.

Figura 19: 1:14 e 1:32 minutos do vídeo Galinha.

Figura 20: 1:32 e 1:50 minutos do vídeo Galinha.

Figura 21: 1:50 e 2:13 minutos do vídeo Galinha.

Figura 22: 2:14 e 2:21 minutos do vídeo Galinha.

Figura 23: 2:22 e 2:24 minutos do vídeo Galinha.

Figura 24: 2:25 e 2:31 minutos do vídeo Galinha.

Figura 25: 2:32 e 2:50 minutos do vídeo Galinha.

Figura 26: 2:50 e 2:56 minutos do vídeo Galinha.

Figura 27: 2:57 e 3:01 minutos do vídeo Galinha.

Figura 28: 3:02 e 3:14 minutos do vídeo Galinha.

Figura 29: 3:14 e 3:19 minutos do vídeo Galinha.

Figura 30: 3:19 e 3:31 minutos do vídeo Galinha.

Figura 31: 3:32 e 3:33 minutos do vídeo Galinha.

Figura 32: 3:33 e 3:52 minutos do vídeo Galinha.

Figura 33: 3:53 e 3:55 minutos do vídeo Galinha.

Figura 34: 3:55 e 3:59 minutos do vídeo Galinha.

Figura 35: 3:59 e 4:21 minutos do vídeo Galinha.

Figura 36: Zona de Ação parte 1.

Figura 37: 0:09 e 0:16 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 38: 0:16 e 0:26 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 38: 0:16 e 0:26 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 40: 0:33 e 0:40 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 41: 0:40 e 0:47 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 42: 0:47 e 0:54 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 43 0:54 e 1:04 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 44: 1:04 e 1:11 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1

Figura 45: 1:11 e 1:20 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 46: 1:20 e 1:28 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 47: 1:28 e 1:40 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 48: 1:40 e 1:53 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 49: 1:53 e 2:00 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 50: Google maps

Figura 51: Google maps

Figura 52: Google maps

Figura 53: 2:00 e 2:54 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 54: 2:54 e 3:01 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 55: 3:01 e 3:11 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 56: 3:11 e 3:16 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 57: 3:16 e 3:22 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 58: 3:22 e 3:47 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 59: 3:47 e 3:51 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 60: 3:51 e 3:56 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 61: 3:56 e 4:08 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 62: 4:08 e 4:15 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 63: 4:15 e 4:34 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 64: 4:34 e 5:02 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 65: 5:02 e 5:24 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 66: 5:02 e 5:24 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 67: 5:24 e 6:01 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 68: 6:01 e 6:36 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 69: 6:36 e 7:00 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 70: 7:00 e 7:07 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Figura 71: vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Figura 72: 0:11 e 0:18 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Figura 73: 0:18 e 00:23 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Figura 74: 00:23 e 00:29 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Figura 75: 00:29 e 00:37 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Figura 76: 00:37 e 00:56 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Figura 77: Panfleto “Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo

Figura 78: 00:54 e 1:14 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Figura 79: 1:14 e 1:32 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Figura 80: 1:32 e 2:09 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Figura 81: 2:09 e 2:21 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Figura 82: 2:21 e 3:02 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Figura 83: 3:02 e 3:07 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Figura 84: 3:07 e 3:30 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Figura 85: 3:30 e 3:38 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Figura 86: 3:38 e 5:13 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Figura 87: 5:13 e 5:34 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Figura 88: 5:34 e 5:46 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Figura 89: 5:46 e 6:13 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Figura 90: 6:13 e 7:41 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Figura 91: Projeto “Cubo”

Figura 92: Google maps

Figura 93: “João Bobo”

Figura 94: vídeo João Bobo.

Figura 95: primeiros segundos do vídeo João Bobo.

Figura 96: 0:15 e 00:32 segundos do vídeo João Bobo.

Figura 97: 0:32 e 00:36 segundos do vídeo João Bobo.

Figura 98: 0:36 e 00:39 segundos do vídeo João Bobo.

Figura 99: 0:39 e 00:43 segundos do vídeo João Bobo.

Figura 100: 0:43 e 00:46 segundos do vídeo João Bobo.

Figura 101: 0:46 e 00:51 segundos do vídeo João Bobo.

Figura 102: 0:51 e 00:56 segundos do vídeo João Bobo.

Figura 103: 0:56 e 1:08 minutos do vídeo João Bobo.

Figura 104: 1:08 e 1:11 minutos do vídeo João Bobo.

Figura 105: 1:11 e 1:20 minutos do vídeo João Bobo.

Figura 106: 1:20 e 1:25 minutos do vídeo João Bobo.

Figura 107: 1:25 e 1:28 minutos do vídeo João Bobo.

Figura 108: 1:28 e 1:34 minutos do vídeo João Bobo.

Figura 109: 1:34 e 1:38 minutos do vídeo João Bobo.

Figura 110: 1:38 e 1:45 minutos do vídeo João Bobo.

Figura 111: 1:45 e 2:09 minutos do vídeo João Bobo.

Figura 112: 2:09 e 2:17 minutos do vídeo João Bobo.

Figura 113: mapping 1 Galinha

Figura 114: mapping 2 Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo

Figura 115: mapping 3 João Bobo

Figura 116: Diagrama para Realização de uma ação

Figura 117: Imagem dos cartazes da gentrificação

SUMÁRIO

Introdução

1-Espaço Urbano | Cidade

1.1. Lefebvre (2001): A cidade como mediação das mediações

1.2. Para um conceito de “Espaço Urbano Comunicante”

1.3. Santos e a Densidade Comunicacional do Espaço Urbano Comunicante

1.4. Greimas (2002): A Fratura no Espaço Urbano Comunicacional

2. Ativismo no Espaço Urbano

2.1 O Boom das metrópoles: a guerra pelo domínio do espaço urbano

2.1.2 O BijaRi

3. Estudos de Caso – Análise dos trabalhos do BijaRi

3.1. Galinha

3.1.1 Galinha em análise

3.2. Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo

3.2.1 Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo em Análise

3.3 João Bobo

3.3.1 João Bobo em Análise

4 – Narrativas do BijaRi

4.1 Quando o Ativismo vira Estratégia Publicitária

4.1.2 O Caso da Intel

4.1.3 O Caso da Melissa

5– Considerações finais

Referências Bibliográficas

Anexos

1.1 Espaço Urbano | Cidade

“O ‘tecido urbano’ é o lugar de confrontações em potencial.”

(SANTOS, 2008, p. 221)

O que é o espaço urbano? Diferentes autores, de diferentes campos do saber, propõem diferentes teorias. Milton Santos, no livro *Manual de Geografia Urbana* (Santos, 2008, p. 171), define o espaço como a relação dos sistemas de objetos e dos sistemas de ações, sendo seus dois elementos fundamentais os fixos e os fluxos. A apreensão desses elementos envolve características intelectuais, culturais e sensoriais, que por sua vez alteram-se em predominância e intensidade, dependendo da situação.

Santos compara o espaço com a teoria da relatividade, e diz que o espaço é:

[...] um verdadeiro campo de forças cuja aceleração é desigual. Daí porque a evolução espacial não se faz de forma idêntica em todos os lugares. Mais uma vez aqui a noção de relatividade produzida por Einstein aparece como fundamental porque substitui o conceito de matéria pelo conceito de campo, o que supõe a existência de relações entre a matéria e a energia. Numa comparação talvez grosseira, as formas seriam comparáveis à matéria e a energia à dinâmica social. (SANTOS, 2008, p. 153)

Assim, o espaço urbano é caracterizado pela sua organização social, política e econômica (dinâmica social) e por seus espaços físicos, mobiliários, edificações (formas). *Urbs*¹ em latim significa cidade, e é esse espaço da cidade que temos como um espaço de moradia, trabalho, convivência, lazer - um espaço potencialmente de todos e para todos. O termo cidade² vem do latim, *civitas* que significa condição de cidadão, direito de cidadão, conjunto de cidadãos, cidade, estado, pátria; palavra que dá origem a outras palavras como cidadão, civismo e cidadania. No livro “O que é cidade”, Rolnik (1988) nos mostra uma arqueologia da cidade, discutindo seu nascimento, ocorrido pelo processo de sedentarização, o que delimitou uma nova relação homem / natureza até as cidades capitalistas. Compara a cidade a um ímã – que atrai, reúne e concentra pessoas – sem desvinculá-la de suas

¹ Dicionário Escolar Latino – Português. Org. FARIA, Ernerto. Brasília, MEC, 1962, p. 1037

² in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2010, <http://www.priberam.pt/dlpo/dlpo.aspx?pal=cidade> [consultado em 14-03-2012].

características políticas, seus processos coletivos e sua memória. Onde a cena urbana é dominada pela imagem da cidade como centro de produção e consumo.

Para Roberto Auzelle (1971, apud BERNARDI, 2006, p. 8-9) a cidade é “um lugar de trocas”; trocas materiais e também espirituais, e que a cidade é uma “escola permanente, espaço único de homens diferentes”. E acrescenta que a cidade é memória e ao mesmo tempo projeto: “espaço temporal”.

A área que estuda os problemas de circulação na cidade, o seu planejamento, a transmissão das ordens e das informações, levando a conhecimentos reais e técnicas de aplicação é o urbanismo. O urbanismo como ideologia³ declara como verdade absoluta que a cidade se define como rede de circulação e consumo, como centro de informações e decisões. Segundo Lefebvre (2001), esta ideologia, que procede de uma redução particularmente arbitrária e perigosa, se oferece como verdade total e dogma, utilizando meios terroristas: “Leva ao urbanismo dos canos, da limpeza pública, dos medidores, que se pretende impor em nome da ciência e do rigor científico. Ou a coisa pior ainda!” (H. Lefebvre, 2001, p. 43).

Milton Santos no livro “Da Totalidade ao Lugar” (2008), diz-nos que o papel do espaço em relação à sociedade tem sido frequentemente minimizado pela Geografia. Que considerava o espaço apenas como teatro das ações humanas, ou seja, como palco, se interessando mais pelas formas das coisas do que pela sua formação. Na prática essa ideologia se concretiza em trabalhos e projetos realizados e sendo pensados apenas pela sua forma: projetos de design, arquitetura, urbanismo e ações do estado sendo realizados sem levar em conta todos os fatores envolvidos; sem pensar nas pessoas, no em torno, no meio social. A cidade é também centro de decisões e palco de revoluções e manifestações. Sobre a dimensão política da cidade para além do exercício de dominação das autoridades político administrativas sobre os moradores, Rolnik diz:

No entanto, há uma luta cotidiana pela apropriação do espaço urbano que define também esta dimensão. Isso fica mais visível durante as grandes manifestações civis, quando o espaço público deixa de ser apenas cenário da circulação do dia-a-dia para assumir o caráter de civitas⁴ por inteiro. (ROLNIK, 1988, p. 24)

³ Conjunto de convicções filosóficas, sociais, políticas etc. de um indivíduo ou grupo de indivíduos. Fonte: HOUAISS, Antônio. Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, Rio de Janeiro. Objetiva, 2001.

⁴ Sobre Roma e o conceito de civitas: “O conceito de cidade não se referia à dimensão espacial da cidade e sim a sua dimensão política, o conceito de cidadão não se refere ao morador da cidade, mas ao indivíduo que, por direito, pode participar da vida política.” (ROLNIK, 1988, p. 22)

Problematizaremos essa questão posteriormente, no subcapítulo “O Boom das metrópoles: a guerra pelo domínio do espaço urbano”. O espaço urbano e a cidade, identificados por seu uso e pelas atividades que neles ocorrem, também é o lugar da mediação.

1.1 Lefebvre (2001): A cidade como mediação das mediações

A cidade é o centro de vida social e política onde se acumulam não apenas riquezas como também os conhecimentos. É o lugar de encontros, da reunião, da convergência das comunicações e informações. Para Lefebvre (2001), a cidade é a mediação das mediações e deve ser julgada pelo seu valor de uso.

O flâneur é esse novo observador. Com seu passo lento e sem direção, ele atravessa a cidade como alguém que contempla um panorama, observando calmamente os tipos e os lugares que cruza em seu caminho. Com esse seu jeito de passear, como se recolhesse espécies para uma verdadeira tipologia urbana, ele está a “fazer botânica do asfalto”. (BRISSAC, 2003, p. 99)

Hoje, fica cada vez mais difícil fazer o passeio do flâneur baudelariano na cidade, primeiramente por que o mapa da cidade é o mapa da segregação, cada grupo transita pelos locais que lhes pertence, ou que lhes cabe. Porque a cidade é uma cidade polarizada na qual as instituições poderosas detêm o poder, comportando princípios morais e jurídicos; ela se impõe aos pequenos grupos, às pessoas, persuadindo-os, coagindo-os, ditando as regras e por último, porque a cidade é um verdadeiro caos.

Nesta sociedade onde estão as pessoas? Como se comportam e reagem? Sobre isso Lefebvre diz:

À nossa frente, como um espetáculo (para espectadores “inconscientes” daquilo que tem diante da sua “consciência”) estão os elementos da vida social e do urbano, dissociados, inertes. Eis aqui “conjuntos” sem adolescentes, sem pessoas idosas. Eis aqui mulheres sonolentas enquanto homens vão trabalhar longe e voltam extenuados. Eis os setores pavilionistas que formam um microcosmos e que no entanto permanecem urbanos porque dependem dos centros de decisão e porque cada lar tem televisão. Eis uma vida cotidiana bem decupada em fragmentos: trabalho, transporte, vida privada, lazeres. A separação analítica os isolou como ingredientes e elementos químicos, como matérias brutas (quando na verdade resultam de uma longa história e implicam uma apropriação da

materialidade). Ainda não acabou. Eis o ser humano desmembrado, dissociado. Eis os sentidos, o olfato, o paladar, a visão, o tato, a audição, uns atrofiados, outros hipertrofiados. Eis, funcionando separadamente, a percepção, a inteligência, a razão. Eis a palavra e o discurso, o escrito. Eis a cotidianidade e a festa, esta última moribunda. Com toda certeza, e com a máxima urgência, é impossível continuar nessa situação. (H. LEFEBVRE, 2001, p. 97-98)

São corpos programados circulando e atravessando as ruas em seus percursos diários, sendo violentados, violência consentida, constrangimento diário, violentadas pelo trânsito congestionado e frenético, o perigo dos assaltos, nas passagens por locais mal cuidados, as más condições do transporte público, as más condições dos locais de contemplação – como praças e parques – pouca infraestrutura, sem o direito de se manifestar e se expressar no espaço público. Em São Paulo temos o caso da Lei da Cidade Limpa criada por Kassab, expõe-se aqui o comentário de Rafael Cardoso: “cidade vistosa é cidade vestida”⁵. Sem entrar no mérito do direito à moradia, do funcionamento de órgãos públicos que estão do lado de dentro, pois então iríamos a outro lugar, que não o da rua.

Acreditamos que os passantes, os transeuntes, o cidadão, as pessoas, não são apáticas, egoístas ou estúpidas, mas sim que o mundo em que vivemos desencoraja e não incentiva engajamentos, colocando barreiras em nosso caminho. Essa exclusão intencional, feita pelos ‘donos do mundo’ deve ser sabotada. O olhar do transeunte, do cidadão, deve mudar, deve estar atento, deve ser múltiplo e deve fazer um esforço para se relacionar, entender e viver a cidade. Pois é ele, no nosso entendimento, que quando organizado pode fazer mudanças.

Na história da humanidade, existe uma busca pelo que seriam os direitos humanos universais, após a criação da ONU - Organização das Nações Unidas. Para “[...] reafirmar a fé nos direitos humanos fundamentais, na dignidade e valor humano das pessoas”, criaram a “Declaração Universal dos Direitos Humanos”⁶ de 1948 que embora não seja um documento que represente obrigatoriedade legal, serviu de base para os dois tratados sobre direitos humanos da ONU que possuem força legal, o “Pacto Internacional sobre os Direitos Econômicos, Sociais e Culturais”⁷ e o “Pacto Internacional sobre os Direitos Cívicos e

⁵ In revista Eita!: Encontro! Interligar! Taí! Ah! Recife, 2010. ano 3, número 5.

⁶ Disponível em :

<http://www.oas.org/dil/port/1948%20Declara%C3%A7%C3%A3o%20Universal%20dos%20Direitos%20Humanos.pdf>

⁷ Disponível em:

<http://www.oas.org/dil/port/1966%20Pacto%20Internacional%20sobre%20os%20Direitos%20Econ%C3%B3micos,%20Sociais%20e%20Culturais.pdf>

Políticos”⁸ ambos de 1966. Estes documentos reivindicam ou atestam como direitos humanos universais o direito à vida, à liberdade e à segurança pessoal, direito a plena igualdade, direito à liberdade de locomoção, direito à residência, direito à liberdade de pensamento, consciência e religião, à liberdade de opinião e expressão; direito à liberdade de reunião e associação pacíficas; e direito de acesso ao serviço público do seu país. O direito à dignidade, o direito à educação, direito a repouso e lazer. O direito de participar livremente da vida cultural da comunidade, o direito de estar protegida contra a fome. Enfim, no mundo em que vivemos atualmente, segundo a Carta de Declaração dos Direitos Humanos Universais e os Pactos Internacionais, todas as pessoas têm direito aos direitos humanos fundamentais e ao direito a ser pessoa. Não é intenção deste trabalho problematizar essas questões, mas vale salientar que muitas de suas premissas não são cumpridas ou praticadas: crianças continuam a morrer de fome, pessoas são presas por dizerem o que pensam, milhões de pessoas no mundo ainda não sabem ler e escrever e o mais bizarro de tudo, ainda existe escravidão. Outra observação importante é que nesses tratados não se abordam as subjetividades humanas, tratam-se todos os humanos como iguais, algo que sabemos não ser verídico.

Interessante é notar que quando Henry Lefebvre (2001) escreve o livro ‘Direito à cidade’ na década de 1960, trata de questões que vão além da problematização do espaço e questões administrativas da cidade, enxergando o cidadão e suas subjetividades. Lefebvre (2001) diz que o direito à cidade se manifesta como forma superior dos direitos: que implica o direito à liberdade e à individualização na socialização. E também o direito à obra (à atividade participante) e o direito a apropriação (bem distinto do direito à propriedade). O direito ao habitar, isto é, habitar a cidade, vivê-la e experienciá-la.

Para ele a cidade deveria ser proclamada como o reino do uso, onde as pessoas não vivessem para trabalhar, mas trabalhassem para viver, no qual o tempo da seriedade desse lugar ao tempo da diversão, priorizando os locais de encontro e os locais de troca. O direito à cidade implica o uso desses momentos e o uso deles ‘nos’ locais da cidade.

“O direito à cidade se afirma como um apelo, como uma exigência. E através de surpreendentes desvios, esse direito caminha lentamente. (a reivindicação do direito à natureza é um desses desvios). Deve ser formulado como “direito à vida urbana”, transformada, renovada. Tendo o ‘urbano como lugar do encontro, priorizando o valor de uso’.

⁸ Disponível em:

<http://www.oas.org/dil/port/1966%20Pacto%20Internacional%20sobre%20Direitos%20Civis%20e%20Pol%C3%ADticos.pdf>

Acreditamos que para além dos arquitetos e urbanistas essas questões devem ser pensadas e discutidas por mediadores de outras áreas do conhecimento. Algo que vem sendo muito bem feito por “ativistas culturais”⁹ que têm o espaço urbano como palco de suas ações.

Acreditamos que o espaço urbano é um espaço comunicante e potencial local para despertar a poli-sensorialidade de seus habitantes.

Baseado principalmente nas ideias de Lefebvre (2001), Santos (2002) e Rolnik (1988) apresentadas nesse trabalho, entendemos o espaço urbano como um espaço de todos e para todos, que é do cidadão e o é por direito. É o centro de decisões e também palco de revoluções e manifestações. A cidade é a mediação das mediações. É o local da vida social e política, onde se acumulam riquezas, conhecimentos e técnicas. Deveria basear-se no valor de uso. É palco de conflitos. É forma, matéria e fluxos. Local de encontro e de trocas, aos ritmos de vida e empregos do tempo que permitem o uso pleno e inteiro desses momentos e locais, etc. É o espaço de moradia, trabalho, convivência, lazer. O espaço urbano é social por essência. É um espaço em crescimento crescente, em área e em densidade populacional. É campo de batalha, de manobra de guerrilha, objeto de desejo e do desejo. A cidade acolhe, mas também repele. É uma terra de ninguém, e de todos ao mesmo tempo. É um local de sobrevivência, o lugar do encontro. É o lugar da convergência, da festa e da diversão. A cidade é a organização das relações entre as pessoas e ela depende dessas relações. É o dia-a-dia das pessoas, no que pesam suas vontades, deveres, lazeres, fazeres. É o dia-a-dia no que pesam suas dificuldades, seus trajetos. É o local do pouco caso com as pessoas, mas local de afetos. É a forma de tempo espaço proposta por Lefebvre (2001). É o local do imaginário que se investe na apropriação (do tempo, do espaço, da vida fisiológica, do desejo).

Agora que deixamos claras as nossas ideias e posições sobre o espaço urbano, propomos pensarmos nele como um local potencial para que as mediações aconteçam. Assim buscaremos, então, demonstrar o que é para nós o Espaço Urbano Comunicante Horizontal, conceito articulado por nós e entendido como espaços horizontais de grande potencial de aprendizado, espaços para dispositivos de reflexão e disparadores de ações, de novas visões de mundo, local da fratura, conceito que será abordado no sub-capítulo 1.4 “Greimas (2002): A Fratura no Espaço Urbano Comunicacional”.

⁹ o ativismo cultural desenvolve um espaço no qual “arte, ativismo, performance e política se encontram, se combinam e se interagem [...]”.in TrapeseCollective, 2007, p. 172.

1.2 Para um conceito de “Espaço Urbano Comunicante Horizontal”

“A cidade é o grande laboratório do homem”
(LEFEBVRE, 2001)

Buscamos nesta parte do trabalho articular ideias de Santos (2008) sobre conceito de “densidade comunicacional” para chegar ao que chamamos de ‘espaço urbano comunicante horizontal’, conceito articulado por nós, que afirma que o espaço urbano é a mediação das mediações, tem grande potencial comunicacional e de horizontalidade, e é o local no qual acontecem ações ‘ativistas’. Depois, trazemos o conceito de ‘fratura’ em Greimas (2002) para afirmar a potencialidade do espaço urbano comunicante horizontal.

Existe a fala da cidade: aquilo que acontece na rua, nas praças, nos vazios, aquilo que aí se diz. Existe a língua da cidade: as particularidades próprias a uma tal cidade e que são expressas nas conversas, nos gestos, nas roupas, nas palavras e nos empregos das palavras pelos habitantes. Existe a linguagem urbana, que se pode considerar como linguagem de conotações, sistema secundário e derivado no interior do sistema denotativo (empregando aqui a terminologia de Hjelmslev e Greimas). Finalmente, existe a escrita da cidade: aquilo que a inscreve e se prescreve em seus muros, na disposição dos lugares e no seu encadeamento, em suma, o emprego do tempo na cidade pelos habitantes dessa cidade. (H. LEFEBVRE, 2001, p. 64)

Preocupamo-nos com os acontecimentos: o que acontece no espaço urbano, a fala da cidade através dos seus atores / mediadores e suas realizações. Acreditamos que a cidade tenha um grande potencial comunicativo. Para nós, os componentes da comunicação são: o emissor, o receptor, a mensagem, o canal de propagação, o meio de comunicação, a resposta (feedback) e o ambiente onde o processo comunicativo se realiza. Com relação ao ambiente, o processo comunicacional sofre interferência do ruído e a interpretação e compreensão da mensagem está subordinada ao repertório. Quanto à forma, a comunicação pode ser comunicação verbal, não-verbal e mediada. Entendemos que no processo comunicacional, ocorre também o deslocamento do emissor e do meio para as mediações. O poder de emitir as informações está neste intermediário. A cidade é a própria mediação e local das mediações.

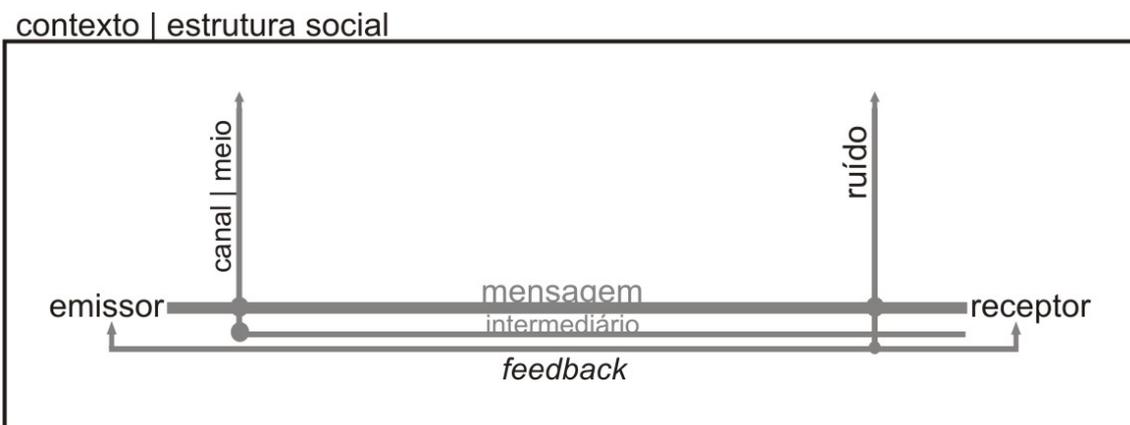


Fig.1 Componentes da comunicação, com relação ao ambiente, o processo comunicacional sofre interferência do ruído e a interpretação e compreensão da mensagem está subordinada ao repertório.

1.3 Santos e a Densidade Comunicacional do ‘espaço urbano comunicante horizontal’

Segundo Santos (2008), no espaço urbano existem os subespaços¹⁰ e eles se definem pela tecnosfera e pela psicofera. A psicofera é o mundo das ações e a tecnosfera é o mundo dos objetos, objetos naturais ou artificiais, são híbridos e não possuem existência real e valorativa sem as ações. Assim, cada lugar se define tanto por sua existência corpórea, quanto por sua existência relacional. A psicofera define o que podemos chamar de um mundo sensível, ao passo que a tecnosfera define o mundo inteligível, ou aquele que está ligado à lógica do fluxo constante.

Os subespaços apresentam cargas diferentes de conteúdo, densidade técnica, informacional e comunicacional, “atributos que se interpenetram e cuja fusão os caracteriza e distingue” (Santos, 2008:160).

A densidade técnica é dada pelos diversos graus de artifício. Como o centro de negócios de uma grande cidade, espaços inteligentes, muito mais perfeitos que a própria natureza; A densidade informacional deriva, em parte, da densidade técnica. Os objetos técnicos, ricos em informação podem, todavia não ser “agidos”, permanecendo em repouso ou inatividade, à espera de um ator. A informação se perfaz com a ação. Quando, porem, é unívoca, é uma informação obediente às regras do ator, e introduz no espaço uma intervenção vertical, que geralmente ignora o em torno. As relações informacionais são verticais; podem ser ‘indiferentes’ em relação ao meio social ambiente. E são mais dependentes da tecnosfera e

¹⁰ Segundo Milton Santos, o espaço total é constituído de subespaços: agrícolas, urbanos, mineiros, estratégicos etc. Para mais informações ler o texto ou ler o livro: SANTOS, Milton. METAMORFOSES DO ESPAÇO HABITADO, fundamentos Teórico e metodológico da geografia. Hucitec.São Paulo 1988, cap. 10.

da psicofera; A densidade comunicacional é o tempo plural do cotidiano partilhado, é o tempo conflitual da co-presença. Como lugar de acontecer solidário, homólogo ou complementar, é o espaço banal¹¹, espaço de “todos os homens, de todas as firmas, de todas as organizações, de todas as ações – numa palavra, o espaço geográfico.” (SANTOS, 2008, p. 150) espaço da geografia, criador da solidariedade e da interdependência obrigatória, geradas pelas situações cara a cara, dentro da realidade diretamente vivida e experimentada. As relações comunicacionais são geradas no lugar, e apenas no lugar, elas são horizontais e resultantes do meio social ambiente. Essas três densidades mantêm dinâmicas entre si.

Faz-se necessário evidenciar a ‘densidade comunicacional horizontal’ do lugar, contra a presença maciça e hegemônica da indústria cultural. É a força que têm o saber e a comunicação no lugar. Destaca-se, desse modo, a densidade comunicacional, mais ligada ao lugar, tempo compartilhado, espaço de todos e de todos os acontecimentos, da realidade vivida e experimentada no momento presente. Esses espaços, que possuem uma carga de conteúdo comunicacional e uma riqueza comunicacional maior, que possuem relações comunicacionais de horizontalidade e apontam para uma possível ou maior liberdade, interessam ao trabalho. E aqui o identificamos como o ‘espaço urbano comunicante horizontal’, que é o espaço dos acontecimentos, o espaço da cidade: as ruas, avenidas, praças, parques, calçadas. O momento em que o terreno da psicofera se conecta ao da tecnosfera. É o momento em que ocorrem intervenções horizontais no espaço urbano que não ignoram o entorno.

Este trabalho aborda intervenções realizadas pelo grupo BijaRi que potencializam a concretização desses espaços comunicacionais horizontais. Da forma como Santos define as densidades dos subespaços, entendemos que mesmo nos subespaços que possuem uma maior densidade comunicacional, espaços nos quais a comunicação é potencializada, existe também espaço para a verticalidade. Os espaços urbanos comunicantes verticais são segregados, locais onde não ocorrem ações horizontais no lugar. Usamos aqui o potencial de horizontalidade, da noção de “densidade comunicacional” em Santos, para definir intervenções que acontecem no espaço urbano proposta por atores externos. No caso desta pesquisa, ações vindas de coletivos, grupos de artistas preocupados em problematizar as tensões ocorridas nas cidades e que através de suas intervenções fazem acontecer o “Espaço Urbano Comunicacional Horizontal” .

¹¹ “Há o espaço banal, o espaço de todos, todo o espaço, porque as redes constituem apenas uma parte do espaço e o espaço de alguns.” (SANTOS, 2008, p. 139)

M. Santos & M. L. Silveira (2001, p. 101) entendem que o trabalho comum no lugar, a partir da densidade comunicacional, é um dado transformador na medida em que estimula “interesses comuns que podem conduzir a uma consciência política”.

Segundo M. Sodré:

[...] diz se comunicação quando se quer fazer referência à ação de pôr em comum tudo aquilo que, social, política ou existencialmente, não deve permanecer isolado: isso significa que o afastamento originário criado pela diferença entre os indivíduos, pela alteridade, atenua-se graças a um laço formado por recursos simbólicos de atração, mediação ou vinculação. (1999, p. 11)

Os espaços urbanos comunicantes horizontais são os locais das ações, que intervêm, modificam e perturbam, através da interação, provocando os transeuntes. Esses espaços são espaços de ação e sensibilização, espaços nos quais teoria e prática se encontram; tecnosfera e psicosfera se encontram. As práticas compreendem trabalhos de intervenções urbanas, promovidas por atores que vão desde coletivos de arte, movimentos militantes a ativistas, publicitários e designers. Intervenções urbanas que ativam lugares e pessoas de uma ou outra forma, e os acontecimentos rotineiros dão lugar ao inesperado e o lugar passa a ser visto como um espaço ativo e não mais um espaço passivo.

O lugar é a oportunidade do evento. E este, ao se tornar espaço, ainda que não perca suas marcas de origem, ganha características locais. É como se a flecha do tempo se entornasse no contato com o lugar. O evento, é ao mesmo tempo, deformante e deformado. Por isso fala-se na imprevisibilidade do evento, a que Ricouer chama de autonomia, a possibilidade, no lugar, de construir uma história das ações que seja diferente do projeto dos atores hegemônicos. (SANTOS, 2008, p. 163)

Aqui Santos fala de uma visão de futuro em relação ao espaço, e em defesa do espaço e do lugar, indo contra a corrente (pós-modernista) em que alguns teóricos (Santos, 2008) afirmavam que espaço, região e lugar não existiam mais. Para ele, espaço, região e lugar ainda existem, mas agora são universais e dinâmicos, e são os ‘eventos’ que operam essa ligação entre lugares e uma história em movimento. Relacionando a questão da territorialidade à presença, na qual a co-presença cria horizontalidades. Assim, a consciência do mundo pode ser obtida através do lugar e o lugar do evento é o lugar da comunicação, o lugar da interação.

Acreditamos que o espaço urbano comunicacional horizontal concretizado seja um lugar que possui uma autonomia e que possa, através da inteligência dos mediadores, dos intermediários, construir uma história de ações que sejam diferentes do projeto dos atores hegemônicos. Inserindo no espaço urbano uma nova realidade de lugar através de ações e procedimentos.

O ‘espaço urbano comunicante horizontal’ seria então o espaço que possui grande riqueza comunicacional, que possui relações comunicacionais de horizontalidade e aponta para uma possível ou maior liberdade. São os espaços da cidade, as ruas, avenidas, praças, parques, calçadas.

1.4 Greimas (2002): A Fratura no Espaço Urbano Comunicacional

Por fim, trazemos através de Greimas (2002), o conceito de fratura, a fim de afirmar aqui a potencialidade do ‘espaço urbano comunicante horizontal’. O conceito de fratura é pautado pela experimentação e pela experiência sensorial, que se faz sentir pelo corpo, ‘objetivando as fraturas na linearidade do discurso e na diacronia¹² na qual se vêm imersos os enunciatários’ (ou receptores). São os percursos narrativos, as dinâmicas de um sujeito. Greimas, em “Da Imperfeição” (2002), pressupõe um mundo pautado pela tatilidade e não pelo visual, tatilidade que busca um vínculo comunicativo com os enunciatários (sujeito-receptor-cidadão), objetivando a conjunção entre sujeito e objeto, provocando ressemantizações, através de momentos estéticos que operam por meio de fraturas no cotidiano.

Neste sentido, buscamos escolher intervenções para análise que promovam ou tenham uma preocupação em provocar ‘fraturas’ no cotidiano dos enunciatários (sujeito-receptor-cidadão), sejam fraturas bruscas, seja uma entrada progressiva em uma nova experiência estética, baseado no que Greimas considera como experiência estética, que é a visão do antes imperceptível. Para ele, a estética é sem dúvida a encarregada por esses momentos de suspensão do mundo ao redor. É o acontecimento estético que une sujeito e

¹² Caráter dos fenômenos ou fatos, especialmente linguísticos, estudados do ponto de vista da sua evolução no tempo. In priberam <http://www.priberam.pt/dlpo/> Acesso em 23/03/2012

objeto, suspendendo o tempo e o espaço, propiciando a retirada do ritmo da cotidianidade para a entrada no ritmo de um novo mundo.

Durante a ‘fratura’, o objeto reveste o sujeito, fazendo-se sentir pelo corpo, para depois se separar dele, seguindo-se um momento nostálgico e de intensa espera pelo que sucederá. As fraturas são acontecimentos extraordinários que acabam com a previsibilidade do mundo para mostrá-lo cheio de novas possibilidades. E essas possibilidades são cheias de potência. Greimas relata cinco formas de recepção diante da fratura. Cada qual desencadeada por um objeto diferente e exprimindo, diante do inesperado, uma reação diferente. Explicando-nos a ‘fratura’ através de referências da literatura, ele analisa cinco textos de autores distintos. E por essas análises podemos entender melhor o conceito de Fratura. Adentraremos agora, com exemplos Greimasianos nos tipos de ‘fratura’, reações e construções possíveis de outras visões de mundo diante deste acontecimento no cotidiano.

Sobre os fragmentos do livro “Sexta – Feira ou Os Limbos do Pacífico” de Michel Tournier, Greimas se atém a um trecho do livro no qual o personagem Robinson:

[...] – que até esse momento havia conseguido ordenar sua vida segundo o ritmo das gotas de água que caíam uma a uma em uma clepsidra improvisada, encontrou-se de repente despertado pelo “silêncio insólito” que lhe revelou o “ruído da última gota a cair na bacia de cobre”. Constatando então que a gota seguinte, “renunciando decididamente a cair”, chegou mesmo a esboçar “uma inversão do curso do tempo”. (GREIMAS, 2002, p. 23)

Aqui a ‘fratura’ está nos instantes de suspensão do tempo, no ‘ficar atemporal’, no silêncio provocado após uma continuidade de sons que provinham da clepsidra. A gota seguinte se faz presente não pelo som, mas pela sua visualidade. A recepção do personagem encontra-se no deslumbramento, ele fica confuso e o deslumbramento transforma sua visão. E o “evento estético”, o “relâmpago passageiro” vai desaparecendo e se perde na sua cotidianidade. E para o personagem, a experiência só é retomada mais tarde, quando ele reflete sobre o acontecido e o tem como uma “lembrança nostálgica”, e lhe dá uma forma, a forma de “outra ilha”, um mundo paralelo ao seu, um outro mundo perfeito. Que é, segundo Greimas, a “nostalgia da perfeição”.

Já sobre os fragmentos de “O Seio Nu” de Italo Calvino, Greimas (2002) fala da “apreensão estética” de Palomar. No qual o personagem, encontra-se na praia e se depara com uma mulher fazendo um *topless*. Nesse momento o sujeito se põe a observar o seio nu sob

diversas perspectivas, formulando hipóteses sobre o bom uso do olhar diante do objeto. Ora com naturalidade, ora com desejo.

O senhor Palomar passeia ao longo de uma praia deserta e percebe uma jovem que, deitada sobre a areia, “toma sol com os seios nus”. Como um bom filósofo da vida cotidiana, ele não deixa de se interrogar sobre a atitude a tomar ante a vista de um seio nu, que é uma coisa agradável de olhar, um objeto estético e ao mesmo tempo “aquilo que na pessoa é específico do sexo feminino” e que, por isso, coloca problemas de moral social. (GREIMAS, 2002, p. 31)

Aqui a ‘fratura’, o objeto seio, se situa no plano visual, mas nessa dimensão ele é prolongado pela tutilidade, através do olhar. Ocorre a “fascinação do objeto”. E Greimas (2002) analisa dizendo que o objeto, o seio, produz a descontinuidade sobre o contínuo espaço visual percorrido por Palomar. Esse “desvio”, “descontinuidade” que separa o seio nu do resto do mundo, é para ele o GUIZZO, que traduzindo do italiano seria “relâmpago”. Mas Greimas (2002) diz que a palavra GUIZZO é intraduzível e a explica da seguinte forma: “o Guizzo seria o tremeluzir de um pequeno peixe saltando da água, como um raio argênteo e brilhante, que, em um instante, reúne o cintilar da luz com a umidade da água”. A recepção acontece da seguinte forma: Palomar retira seu olhar sob os seios para apreciar “com ligeiro estremecimento” a consistência da visão. Mas este estremecimento, enquanto um conjunto de sacudidas musculares, é a concretização da estesia. Inaugurada por um guizzo e terminada por um estremecimento. Ao fim, o personagem e o seio se separam. Enquanto o objeto é apenas visto como o “relevo do seio”, o olhar do sujeito o acompanha “descrevendo uma curva” como se esboçasse um desenho. Para Greimas, Calvino apresenta aqui a estética da graça. E o personagem não tem o objeto como outro mundo, ele não fecha os olhos, ele avança.

Outra ‘fratura’ é trazida através do poema de Rainer Maria Rilke, “Exercícios ao Piano”:

O calor cola. A tarde arde e arqueja.
Ela arfa, sem querer nas leves vestes
E num étude enérgico despeja
A impaciência por algo que está prestes
A acontecer: hoje, amanhã, quem sabe
Agora mesmo, oculto do seu lado,
Da janela, onde um mundo inteiro cabe,
Ela percebe o parque arrebitado.
Desiste, enfim, o olhar distante; cruza as mãos; desejaria um livro; sente
O aroma dos jasmims, mas o recusa
Num gesto brusco. Acha que a faz doente (GREIMAS, 2002, p. 40-41)

A fratura aqui está na ‘visão’ do parque, trazida pelo cheiro do jasmim. A sensação tátil é acompanhada pela olfativa de frescor. A recepção, diante da realidade, é a recusa. Mas há uma impaciência, uma ansiedade na espera pelo advento da realidade e quando ele chega, o sujeito se recusa. “Neste poema, dois argumentos estéticos nos são ofertados: a experiência da jovem diante do parque e a apreensão pelo recuso do devaneio, das formas organizadas de nosso imaginário” (Greimas, 2002, p. 41). A realidade oculta vem na forma do parque que a moça recebe em choque, ele invade um instante a sala e a moça recusa-se a entrar nesse mundo; ela olha para fora, vê a realidade e volta para os estudos. Segue sua vida adiante, diferentemente de Robson, que considera a fratura “uma outra ilha”; ela vê a realidade, mas prefere seguir adiante com sua vida. ‘A disforia final’ – ela considera que o jasmim a “ofende” – termina como o estatuto de uma “paixão do corpo”, a ‘estesis apenas entreaberta’.

Agora, temos um outro tipo de fratura e recepção exemplificados através dos fragmentos narrativos de “Elogio da sombra” de Tanizaki Junichiro:

[...“No instante em que entrei nessa sala, uma empregada de idade madura, com as sobrancelhas raspadas, dentes enegrecidos, estava ajoelhada a colocar o castiçal em frente de um grande biombo que delimitava um espaço luminoso de cerca de duas esteiras, caía, como que suspensa no teto, uma profunda obscuridade, densa e de cor uniforme, na qual a claridade indecisa da vela, incapaz de penetrar a sua espessura, ressaltava como numa parede preta. Alguma vez, vocês que me lêem, viram “a cor das trevas à luz de uma chama”? São feitas de uma matéria diferente das trevas da noite numa estrada, e se posso arriscar uma comparação, parecem feitas de corpúsculos como que de um cinza tênue, onde cada parcela resplandecesse com todas as cores do arco-íris. Pareceu-me que iam introduzir-se em meus olhos e, sem querer, bati as pálpebras.”] (GREIMAS, 2002, p. 48-49)

A fratura neste texto, ao contrário dos outros, é o objeto que está por aí irradiando energia e que acidentalmente toca o sujeito. É o objeto estético único, efêmero, percebido uma única vez na vida. E então a obscuridade concebida como uma aglomeração de corpúsculos produz a matéria (negra/cinza). E ao fim o sujeito encontra-se “No plano físico, no nível da pura sensação (Greimas, 2002)”, as partículas da matéria resplandecendo todas as cores e indo introduzir-se nos olhos. Então se faz a conjunção do sujeito com o objeto, e esta é a estesis que atinge o seu limite. Ocorre no momento em que a consciência do sujeito está no ponto de dissolver-se em um mundo excessivo. E a recepção do sujeito, neste momento, é fechar as

pálpebras diante do obscuro. Não é uma recusa, mas algo reflexivo, um reflexo diante do novo, do que nunca antes havia sido visto ou percebido.

O último tipo de ‘fratura’ e reação, sobre os fragmentos do Conto “Continuidade dos Parques” de Júlio Cortázar, conta a história de um homem que sentado em sua poltrona começa a ler um livro e deixa-se interessar lentamente pela trama até penetrar totalmente em um mundo ficcional. Durante a leitura ele percebe que um assassinato é arquitetado e ao fim da leitura, do romance novelesco, descobrimos, nós leitores e ele o sujeito, que é ele o sujeito que é assassinado.

Neste caso Greimas (2002) fala que o sujeito participa na qualidade de testemunha. A Fratura aqui é causada pelo objeto que consegue substituir progressivamente a realidade. Ocorre a penetração do sujeito no objeto – no mundo imaginário. A fratura está no distanciamento do que é trivial na leitura, poetizando a vida. Como Caden Cotard, o personagem principal do filme Sinédoque New York de Charlie Kaufman, no qual o Sr. Cotard mistura ao real o imaginário, devaneios, sonhos. Criando um universo sem relação com a cotidianidade. E a eficácia suprema do objeto estético literário, sua conjugação assumida pelo sujeito está em sua morte. Acontece a estetização da vida (pelo teor novelesco).

Estes exemplos representam o que Greimas considera a ‘fratura’. Faz-se necessário ressaltar que o estudo de Greimas sobre os objetos da ‘fratura’ não implica, no nosso entendimento, que não possam existir outros tipos de ‘fratura’ e outros tipos de recepção. Este estudo nos servirá de base para análises posteriores e reflexões mais profundas sobre intervenções na cidade, buscando analisar, através de estudos de casos, objetos que fazem acontecer o ‘espaço urbano comunicante horizontal’, sendo potencializados pelas ‘fraturas’ e servindo na construção de outros mundos possíveis. Isto em uma estética que não necessariamente ocupa-se apenas da produção do belo e do poético, mas que se aproxima da estesia, que é a percepção, através dos sentidos, possibilitando experiências diversas. Potencializando assim o “espaço urbano comunicante horizontal”.

Buscamos neste trabalho compreender como esta dinâmica, relatada por Greimas, se realiza no âmbito das intervenções urbanas, das ações ativistas, acompanhando os processos, procedimentos e a recepção dos objetos de estudo.

Na prática, e trazendo para o contexto da cidade as ações e procedimentos na cidade, abrangendo ações ativistas, políticas e militantes, no caso deste trabalho, fariam com que acontecesse o ‘espaço urbano comunicante horizontal’, potencializado pelo seu poder de ‘fratura’ no cotidiano, a ruptura com a cotidianidade. Acreditamos que dentro desse processo podem surgir novas visões de mundo.

O espaço urbano é um lugar potencial para a realização de ações, pois nenhum dos objetos sociais tem uma tamanha imposição sobre o homem, nenhum está tão presente no cotidiano dos indivíduos. A casa, o lugar de trabalho, os pontos de encontro, os caminhos que unem esses pontos são igualmente elementos passivos que condicionam a atividade dos homens e comandam a prática social. Daí a busca de outras ressemantizações possíveis.

O ‘espaço urbano comunicante horizontal’ é o local potencial para o acontecimento de ações que intervêm, modificam e perturbam através da interação, provocando os transeuntes. É o espaço da ação, o tempo da ação, que ativa lugares e pessoas de uma outra forma, fazendo com que acontecimentos rotineiros dêem lugar aos acontecimentos inesperados. É um espaço ativo, trabalhado de maneira interativa – e por interativo não se entende a simples relação comunicativa – promovendo atualização, reflexões, outras ações através de momentos estésicos, de experiências estéticas vigorosas e profundas, por meio de uma interação realmente verdadeira. Provocando de maneira intensa a fratura do cotidiano, sensibilizando e alienando o sujeito do mundo ao redor, (GREIMAS, 2010), para que depois o sujeito entre em um processo de compreensão e ressemantização, dando ao transeunte/cidadão/sujeito outras possibilidades de mundos.

2. Ativismo no Espaço Urbano

VCS NÃO TEM ÉTICA.
 Não compactuo com Coletivo Fora do Eixo. Não compactuo com Festival Baixo Centro. Não compactuo com Festa Junina no Minhocão. Não compactuo com Casa da Cultura Digital. Não compactuo com Pós TV. Não compactuo com PÓS CULT.
 Não faço parte da geração "Pós Rancor"
 AS RUAS SÃO PARA LUTAR, e quem não luta dança. (CASTOR, 2012)¹³

A epígrafe que dá início ao presente capítulo apresenta a visão de Caio Castor sobre a forma com a qual os coletivos ativistas da cidade de São Paulo vêm ocupando o espaço urbano com festas, piqueniques, ações lúdicas em que se alega que ‘as ruas são para dançar’. Caio Castor é uma personalidade do cenário ativista da cidade de São Paulo e integrante do Cordão da Mentira¹⁴. Essa afirmação foi pronunciada em seu perfil na rede social virtual *facebook* por ocasião da movimentação destes coletivos citados acima para a organização do evento: “Amor Sim, Russomano Não”, que aconteceu em 05 de outubro de 2012, dois dias antes do primeiro turno das eleições para a prefeitura da cidade de São Paulo. Até este momento havia três candidatos liderando as pesquisas eleitorais: José Serra, candidato do PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira, Fernando Haddad, candidato do PT – Partido dos Trabalhadores e Celso Russomanno, candidato do PRB – Partido Republicano Brasileiro.

Nesse contexto, a movimentação dos coletivos visava à rejeição do candidato Celso Russomanno e em consequência, sua derrota no primeiro turno. Segundo essas organizações coletivas, a candidatura de Celso Russomanno representou “o esvaziamento do debate, o fascismo sonso, o triunfo da picarete, o consumo como valor em si, a polícia como o mais importante agente do poder nas ruas. A anti-política”¹⁵. Embora a epígrafe não indique a visão comumente associada a ativismo e espaço urbano, escolhemos utilizá-la, uma vez que aqui Caio Castor problematiza a forma de atuação, estratégias e táticas em que atuam os

¹³ Depoimento dado por um dos organizadores da ação “Amor Sim Russomano Não” em sua página do facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=4627428289484&set=a.1221823231486.2036129.1406127531&type=1&theater>. Acesso em 26/10/2012.

¹⁴ Composto por coletivos políticos, grupos de teatro e sambistas de diversos grupos e escolas de São Paulo, o Cordão da Mentira discute, de modo bem humorado e radical, de quem são os interesses que bloqueiam uma real transformação da sociedade brasileira.

¹⁵ Depoimento dado por um dos organizadores da ação “Amor Sim Russomano Não” em sua página do facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=4627428289484&set=a.1221823231486.2036129.1406127531&type=1&theater>. Acesso em 26/10/2012.

coletivos ativistas na cidade de São Paulo. A reflexão de Caio Castor sobre a veracidade da festa como um ato político nos leva a questionar se o ativismo no espaço urbano pode se realizar através da festa.

Lefebvre em “Direito à cidade” (2004) nos traz este tema dizendo que o direito à cidade reside na ocupação plena de sua arquitetura, na tomada de suas ruas, no exercício de apropriação de seus espaços. Daí a Festa como elemento articulador desse direito, como meio pelo qual é possível atingir a vivência urbana por completo, sendo a cidade também palco de lutas.

Para nós, o sentido de festa na cidade é entendido como o uso da cidade como valor de uso, tendo a cidade como obra. As festas na cidade são manifestações que vão além do carnaval, manifestações como a parada gay, a marcha para Jesus, a virada cultural que acontece na cidade de São Paulo e também performances, happenings e intervenções na cidade; todas estas últimas se caracterizam por possuir um caráter político. Fazendo parte da cidade contemporânea e sendo sim um ato de ‘luta’, transformando a cidade também em palco de batalhas, local no qual também acontecem ações ativistas.

O foco deste trabalho são as práticas artísticas envolvidas com questões políticas e protestos criativos realizados por grupos e coletivos, dando uma atenção especial aos trabalhos as intervenções urbanas ativistas do grupo BijaRi.

Segundo o dicionário online Aulete, a palavra ‘ativismo’ significa “doutrina ou conjunto de princípios segundo os quais se deve buscar a transformação da realidade por meio da ação, da prática efetiva, em lugar de se dedicar à mera especulação teórica”. Embora acreditemos que ‘meras especulações teóricas’ são formas iniciais de reativar memórias, incitar reflexões, ações e experimentos práticos, que podem vir a se tornar trabalhos políticos e ativistas efetivos, nos concentraremos na “prática efetiva” do ativismo.

O ativismo tem como meta estimular mudanças, ou ainda visa promover transformações. As práticas ativistas são aqui entendidas como o ato ou a ação de transformação da realidade. Mesquita (2011) define a prática ativista como “uma atividade ou manifestação que visa mudanças sociais e – ou políticas” (Mesquita, 2011, p. 17), e que na maioria das vezes se dá através de práticas coletivas. Esse autor nos traz as diferenças entre o artista político e o artista ativista, dizendo que o artista político é “alguém cujos assuntos e, de vez em quando, os contextos, refletem assuntos sociais (Mesquita, 2011)”, geralmente de uma forma crítica, irônica. E que a arte ativista tende a ser socialmente envolvida, isto é, o “artista ativista é alguém que tem um compromisso direto com as forças de produção não mediadas

pelos mecanismos oficiais de reprodução (Mesquita, 2011)”, e a essa arte cabe à intervenção direta.

E através de intervenções diretas, a arte ativista abre espaço para a crítica, para a interação e levantamento de questões, apontando problemas e repensando criticamente os sistemas de representação e o que está posto, o que está estabelecido.

Não pretendemos aqui defender a transformação da vida pela arte, porque conhecemos a desventura da estetização da política, como o caso do comunismo. Sobre isso Walter Benjamin em “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica” diz: “todos os esforços para estetizar a política convergem para um ponto. Esse ponto é a guerra”. (BENJAMIN, 1955, 17).

No artigo “O Declínio da Era Moderna”¹⁶, Peter Bürger se posiciona em relação ao conceito de “pós-moderno”, que em sua opinião é problemático para qualificar nossa era, já que o modo de produção permanece o mesmo da Era Moderna: a apropriação privada da mais-valia produzida coletivamente (BÜRGER, 1988, p.81). Bürger discute a leitura sobre os modernos feita por Theodor Adorno em seus textos sobre estética, tentando entender e problematizar os motivos para Adorno não conferir caráter de moderno a obras que para ele representavam uma regressão, como por exemplo, ao período neoclássico.

Bürger acredita, porém, que um artista moderno, mesmo utilizando em momentos de sua obra expedientes que retomam de alguma maneira formas do passado, citando o exemplo do neorrealismo, não deve ser rejeitado “simplesmente porque utiliza um material objetivo” (Ibid., p. 88). Ou seja, um artista não deixa de ser moderno e comunicar sobre seu tempo, mesmo que aparentemente esteja fazendo uso de formas não mais atuais de se fazer arte.

Bürger problematiza ao longo de seu artigo o desejo das vanguardas de aproximar a vida à arte. O teórico da cultura nota que, no limite, o apagamento dessa fronteira seria o fim da arte. Por outro lado, porém, “se a separação entre a arte e a vida for aceita como uma questão de fato, também será o fim da arte”. O único espaço produtivo, portanto, para a arte moderna e contemporânea é essa fronteira, que inclusive pode mudar de lugar ao longo do tempo e gerar infinitas discussões sobre se determinado trabalho é ou não arte, mas que também é uma zona inescapável para pensarmos a arte atual.

¹⁶BÜRGER, Peter. O declínio da Era Moderna. *Revista Novos Estudos Cebrap*, São Paulo, n. 20, p. 81-95, março de 1988.

Abordamos neste trabalho as fronteiras entre arte e ativismo. Em sua dissertação de mestrado, Tereza Vieira desenvolve um termo – adjetivo – que une ativismo e arte, consolidando os conceitos que mostram o ativismo político na arte.

O adjetivo “ativista” tem sido evitado por alguns comentadores que preferem utilizar antes diferentes termos tais como arte intervencionista, progressista, de oposição, experimental, crítica ou comprometida, entre outros sinónimos nomeadamente arte política, politizada, sociopolítica, de confronto, subversiva ou radical. Alguns defensores da arte ativista evitam inclusive a conjunção destes dois termos preferindo proposições como cultura visual de esquerda, performative activism, prática cultural ativista ou activismo cultural. O sentido destes termos pode por vezes ser mais positivo quando emana da esquerda e depreciativo quando provém da direita, conotado com propaganda, o que não quer dizer que estas perspectivas sejam partilhadas. (VIEIRA, 2007, p. 6).

Vemos a cada vez um número maior de artistas, grupos de arte e coletivos artísticos trabalhando com questões políticas, atuando de forma política e ativista, numa situação em que a arte vem se politizando cada vez mais, ao passo que apolítica segue em um processo gradativo de estetização, como notou Miguel Chaia na qualificação deste trabalho¹⁷. Nesse contexto, os artistas usam seu conhecimento e técnicas para atuar no campo político.

Exploramos o terreno do ativismo artístico no espaço urbano, a fim de descrever e analisar os processos de criação utilizados pelo coletivo BijaRie, a partir disso, entender a forma de envolvimento e ação do BijaRi (e por extensão de outros coletivos) dentro do espaço urbano, o (re)definindo e estendendo.

Mesquita (2011) define essas práticas artísticas politizadas como ativismo cultural, levando em consideração a fala da integrante Jennifer Verson do coletivo inglês Clandestine Insurgent Rebel Clown Army, em que ela percebe que o ativismo cultural desenvolve um espaço no qual arte, ativismo, performance e política se encontram, combinam e interagem. Segundo ela: “Arte e ativismo se ligam tendo um desejo compartilhado de criar a realidade que você enxerga na sua imaginação e a crença da construção de um mundo com suas próprias mãos (Idem)”.

Na arte ativista existe um interesse dos artistas com os processos que resultam em ações em prol da mudança da realidade, mudanças sociais e políticas, o que implica também em um maior compromisso para com essas mudanças. Nesse contexto vemos surgir grupos,

¹⁷ Comentário apresentado por Chaia no dia 27/07/2012 durante o exame de qualificação do trabalho que aqui desenvolvemos.

coletivos artísticos e artistas que têm um compromisso “de engajamento direto com as forças de uma produção não mediada também pelos mecanismos oficiais de representação” (Mesquita, 2011, p. 17), trabalhando com uma contra-arte e uma contra-comunicação, estando fora de galerias ou instituições artísticas e promovendo a denúncia através de suas ações. Assim são trazidos ao conhecimento da população fatos e questões que não seriam midiáticos pelos veículos normais de comunicação.

E estes artistas: “ao inverter as normas e domínios existentes e trabalhar com outras identidades e sociabilidades, produzem o que Oskar Negt e Alexander Kluge (1972) denominam de ‘contraesfera pública’, ou de ‘esfera pública de oposição’ – a esfera que se transforma e se amplia como fábrica do político” (BLANCO; CARRILO; CLARAMONTE e EXPÓSITO, 2001, p. 270 apud MESQUITA, 2002, p. 16).

Usar a cidade como suporte, como palco para ações, usá-la pelo seu valor de uso para uma experiência artística, para uma manifestação, uma performance, happening, ou apenas a deriva¹⁸, é algo que o grupo ativista a Internacional Situacionista fazia em 1960 ou o grupo ativista Diggers em 1968: “Eventos de rua são rituais de libertação, escreveram os Diggers de São Francisco. É a recuperação do território através do espírito (BRADLEY; ESCHE, 2007, p. 149), da luta que considera que a ‘resistência é o segredo da alegria’ – para lembrar de uma consagrada frase ativista – que se transforma a estética da vida cotidiana em criação política.” (MESQUITA, 2011, p. 36-37)

Os grupos, coletivos e artistas necessitam de espaço fora do circuito da arte para atuar com uma contra-arte, e precisam estar fora dos meios normais de comunicação para fazer uma contra-informação, encontrando no espaço urbano o local para as suas ações, transformando em um palco esse espaço de suporte para seus trabalhos. Porém, neste trabalho observamos a relação das práticas artísticas com o espaço de atuação da cidade (e não na cidade), como veremos mais profundamente a seguir, em que trabalhos artísticos do grupo BijaRi não têm a cidade como um mero suporte, mas como um ator principal de suas ações.

O urbano “possui um caráter de totalidade altamente complexo, simultaneamente em ato e em potencial, que visa à pesquisa, que se descobre pouco a pouco, que só se esgotará lentamente e mesmo nunca, talvez. Tomar esse ‘objeto’ por real, como um dado da verdade, é uma ideologia, uma operação mistificante.” (LEFEBVRE, 2001, p. 110).

¹⁸ A deriva é um procedimento situacionista que está ligado ao “reconhecimento de efeitos da natureza psicogeográfica, e à afirmação de um comportamento lúdico-constructivo, o que se opõe em todos os aspectos às noções clássicas de viagem e passeio.” (Debord, 1958)

David Harvey, geógrafo marxista em conferência em São Paulo no dia 27 de fevereiro de 2012¹⁹, disse que as cidades são os locais onde vão acontecer as revoluções. Ao invés de se pensar no proletariado como proponente da revolução, devemos pensar em todos os que produzem e reproduzem na cidade. Ao invés de ocupar as fábricas, ocupar a cidade.

Exemplo disso são os movimentos de ocupação urbana (Occupy, Primavera Árabe, etc.) que vêm mostrando sua força através da tática de ocupação em territórios estratégicos. Tomando como exemplos as lutas de classe operária, que reivindicavam melhores condições salariais e de trabalho, através da paralisação de sua força de trabalho em longos períodos de greve. Até então, as manifestações tinham uma característica em comum e fixa: eram eventos efêmeros e transitórios, ou seja, as manifestações aconteciam em um curto espaço de tempo. Por mais que o seu processo de articulação pudesse ser longo, a ação na rua em si, o momento da manifestação era curto. Mesmo sendo intensos, eram pontuais, e a força da manifestação ia embora junto com o seu final.



Figura 2: OCUPA SAMPA | ACAMPA SAMPA no Vale do Anhangabaú região central de São Paulo. Atrás das barracas podemos ver centenas de policiais civis; esta foto foi tirada durante a formatura da polícia civil, realizada todos os anos no Vale do Anhangabaú. Em primeiro plano podemos observar uma faixa com a inscrição “Art. 5º”, se referindo ao Artigo 5º da constituição brasileira, que garante liberdade de manifestação e reunião sem necessidade de autorização prévia. (Imagem retirada do site do movimento OCUPA SAMPA | ACAMPA SAMPA ²⁰

¹⁹ Auditório da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC, 27/02/2012, em conferência na ocasião de sua visita ao Brasil.

²⁰ <http://www.15osp.org/> Acesso em 24/04/2012

Através de ações como estas (figura 02), que foram propostas por grupos, coletivos militantes e ativistas, o espaço urbano se torna um potencial ‘espaço urbano comunicacional horizontal’: espaço de debate, de possível reflexão e conscientização, que pode provocar visões de outros mundos possíveis. Não vamos nos ater aqui aos movimentos de ocupação no mundo. Nosso interesse está na pesquisa de ações vindas de artistas ou grupos coletivos artísticos que atuam no espaço urbano, problematizando questões relacionadas à cidade e seus problemas. Dessa maneira, explicamos brevemente os movimentos de ocupação, pois de alguma forma se relacionam com nosso objeto de estudo.

De acordo com Mesquita (2011), podemos considerar que os coletivos artísticos compartilham dois conceitos importantes: os de tática e de estratégia. Para Mesquita os artistas ativistas preferem o uso da tática sobre o uso da estratégia. Segundo o Houaiss, dicionário da língua portuguesa, ‘estratégia’, termo militar, é a “arte de coordenar a ação das forças militares, políticas, econômicas e morais implicadas na condução de um conflito ou na preparação da defesa de uma nação ou comunidade de nações”, e tem origem na palavra “*stratégia*” que quer dizer manobra ou artifício militar. Na antiga Atenas, o termo se referia ao cargo de um comandante de uma batalha militar ou à dignidade de um ministro. Já ‘tática’, também é um termo militar que se refere à “parte da arte da guerra que trata de como proceder durante um combate ou batalha”, vem da palavra “*taktikê*”, que é a habilidade especial nas manobras do exército, entendida como uma ciência, arte (Idem.).

É importante notar que esses termos: “tática” e “estratégia” têm origem em normas e condutas militares, e é interessante perceber que artistas ativistas se organizam se apropriando dos mesmos modelos que eram e são utilizados em guerras e batalhas, com a finalidade de mudança e questionamento sobre o que está posto. Sobre o uso desses termos, Mesquita (2011), acredita que os artistas ativistas preferem o uso da tática ao da estratégia, uma vez que: “[...] a tática, segundo Certeau, é a ‘ação calculada que é determinada pela ausência de um próprio (...). A tática não tem por lugar senão o do outro. E por isso deve jogar com o terreno que lhe é imposto tal como o organiza e lei de uma força estranha’ A tática opera golpe por golpe, lance por lance. Aproveita as ocasiões, consegue estar onde ninguém espera. É a astúcia”. (CERTEAU, 1994, p. 99 apud MESQUITA 2011, p. 18).

Nessas táticas ativistas no espaço urbano, os artistas usam a cidade em ações que lidam com o inesperado, com o indeterminado, sem o controle completo do que pode acontecer e sem a previsão exata das consequências dessas ações realizadas no lugar. Pode-se

dizer que essa veia artística engendra nas pessoas/passantes/sujeitos novas significações e novos modos de ver a cidade.

Segundo Brissac,

[...] hoje grande parte dessa produção busca um maior engajamento no mundo externo e na vida cotidiana. A culminância desse processo viria a ser a conversão da arte para sítio específico em arte comunitária. Aqui, arte é integrada diretamente às questões sociais, como a de ecologia, os sem teto, a AIDS, a violência e a sexualidade. São indistintamente ocupados hotéis, prisões, hospitais e igrejas, entendidos não como espaços, mas como centros de vivência social. Preocupações estéticas e relativas à história da arte são deixadas em segundo plano. (BRISSAC, 2002, p. 20)

Nesse sentido, dos artistas que usam a cidade como espaço de denúncia, ocorre reapropriação do espaço da cidade contra a sua organização para o lucro e para o controle (BRISSAC, 2002, p. 27).

Krzysztof Wodiczko, que na década de 1980 projetou imagens de moradores de rua sobre grandes monumentos em New York (1986) e Boston (1987), denunciou a forma como viviam os “sem tetos”, a falta de moradia para todos, dando maior projeção e visibilidade para as suas situações;

Para Brissac a arquitetura é encarregada de apagar a presença dos excluídos na cidade, Krzysztof Wodiczko cria dispositivos de comunicação para os excluídos em contraposição ao desenho da cidade revitalizada (BRISSAC, 2002, p. 27)

Only physical, public projection of the myth on the physical body of the myth (projection of myth on myth) can successfully demythify the myth. The look, the appearance, the costume, the mask of the building is the most valuable and expensive investment. In the power discourse of the "public" domain, the architectural form is the most secret and protected property. Public Projection involves questioning both the function and the ownership of this property ²¹(KRZYSZTOF WODICZKO,1983).

²¹Disponível em:

<http://art-history.concordia.ca/eea/artists/wodiczko.html>. Acesso: 10/10/2012

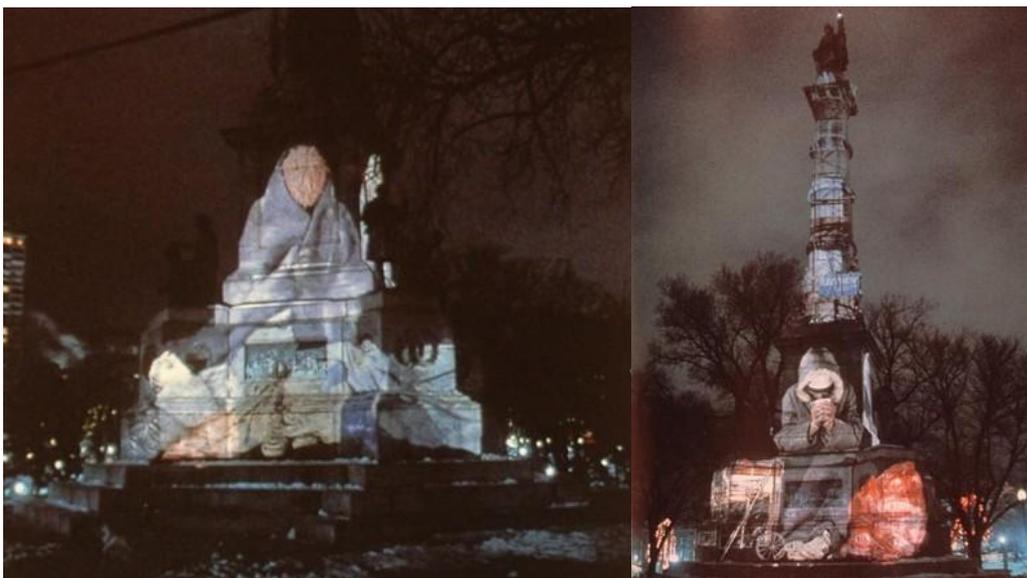


Figura 03: Krzysztof Wodiczko - the homeless projection, the soldiers and sailors civil war memorial. Boston 1987²².

Outro exemplo é o do coletivo Voina²³, fundado em 2007 por Oleg Vorotnikov e Natalia Sokol. Suas ações eram clandestinas, anônimas e chamadas de ‘prática’ ou ‘treinamento’²⁴. Até que em 2008 o Voina passou a ser reconhecido pelo público, quando nas eleições para presidência na Rússia, fizeram uma orgia pública intitulada **“Fuck for the Heir - Medved’s little Bear! / Pre-electoral Bang in the State Museum”** que segundo eles: “Com a orgia, nós mostramos as desgraças e falsidades das eleições. Era o nosso retrato da Rússia pré-eleição, onde todo mundo fode com todo mundo enquanto um presidente ilegítimo assiste a tudo em deleite.”

O grupo desde sua criação desenvolve ações contra o governo russo. Segundo o “free-voina.org”, site de outros artistas russos em apoio à causa do grupo Voina, eles sabem muito bem contra o que se posicionam: os filisteus, a polícia e o regime russo. Esses artistas se intitulam anarquistas, pregam a renúncia ao dinheiro e o desrespeito à lei (“the no-whoring way”). Natalya Sokol, uma das integrantes do grupo VOINA, disse recentemente no site da Bienal de Berlim que: “O artista que nega a consciência política é apenas um designer.”²⁵.

²² Imagem retirada do site - <http://phomul.canalblog.com/archives/2007/04/15/4634415.html>. Acesso em 10/10/2012

²³ Voina em russo significa guerra.

²⁴ Interessante notar que, chamando aquilo que acontece nas ‘ações’, de “prática ou treinamento” nos leva ao entendimento de que é ou deveria ser um ensaio de conduta ou atividades praticadas em outro momento, um ensaio para a verdadeira luta, que um dia, eventualmente poderá chegar até as pessoas.

²⁵ “The artist who denies political awareness is just a designer.” (tradução livre).



Figura 04: “Fuck for theHeir - Medved’ slittleBear! / Pre-electoralBang in theStateMuseum”²⁶

O grupo atualmente responde a vários processos do governo, que os considera vândalos e são tratados da mesma forma que grupos skinheads²⁷. Em novembro de 2012, dois integrantes do grupo, Oleg Vorotnikov e Leonid Nikolayev, foram presos por conta da ação “Palace Revolution”, atualmente aguardam em liberdade o processo, no qual são acusados de fomentar o ódio e repúdio à polícia. A fiança foi paga pelo pintor, grafiteiro, ativista político Banksy, que também pagou os advogados para o grupo. No site www.free-voina.org/diz:

Art group VOINA’ is a left-wing radical anarchist collective whose central goal is to carry out PR actions directed against the authorities, and specifically against law enforcement officials with the aim of discrediting them in the eyes of the public. Branches of VOINA exist in all major Russian cities. The group’s sympathizers number approximately 3000. VOINA members maintain contacts with anarchist groups and individuals from all around the world holding left-wing radical views on art and on the world order (Italy, Slovakia, France, USA, South Africa, Greece).

²⁶ Imagem retirada do site - <http://plucer.livejournal.com/266853.html>. Acesso em 12/04/2012

²⁷ “Tradicional classe trabalhadora de uma subcultura delinquente, com foco em seu estilo de vida, valores fundamentais, e predileção para a violência, o etnocentrismo, uma ética puritana do trabalho, e do racismo”. MIKE, Brake, The Skinheads : Na English Working Class Sub-culture in http://www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/search/detailmini.jsp?_nfpb=true&_ERICExtSearch_SearchValue_0=EJ116869&_ERICExtSearch_SearchType_0=no&accno=EJ116869 Acesso em 15/10/2012.

Segundo eles, existem cerca de 200 ativistas que contribuem com suas ações. Oleg, em entrevista a Henry Langston para a revista Vice, disse que o grupo tem a regra de que cada nova ação deve ser mais monumental, mais poderosa e impressionante do que a última. As ações mais conhecidas do grupo, além da “**Fuck for the Heir - Medved’s little Bear!**” são: “**Dick captured by KGB!**” de julho de 2010. O grupo desenhou um falo gigante na ponte levadiça de Liteyny em frente à agência da FSB, central sucessora da KGB. O pênis de 65m por 27m foi desenhado por nove ativistas em 23 segundos, com 66 litros de tinta. Por essa ação o grupo foi indicado para receber o “Innovation Prize, Moscow 2011”, prêmio concedido pelo Centro Nacional de Arte Contemporânea criado pelo Ministério Russo da Cultura. A ação foi eleita por um grupo de jurados, dentre eles críticos, trabalhadores de instituições de arte e curadores. Segundo o site “últimosegundo”²⁸, o Voina se recusou a receber o prêmio alegando que não faz arte por dinheiro ou prêmios, e sim para sensibilizar as pessoas.

Embora o Voina esteja sempre à margem da lei aos olhos do governo russo, os meios legitimadores da arte, críticos de arte e a comunidade envolvida com arte e cultura na Rússia os consideram artistas passíveis de títulos e prêmios, o que demonstra uma ‘contradição’ nas opiniões legítimas (governo e outros artistas) sobre o grupo.

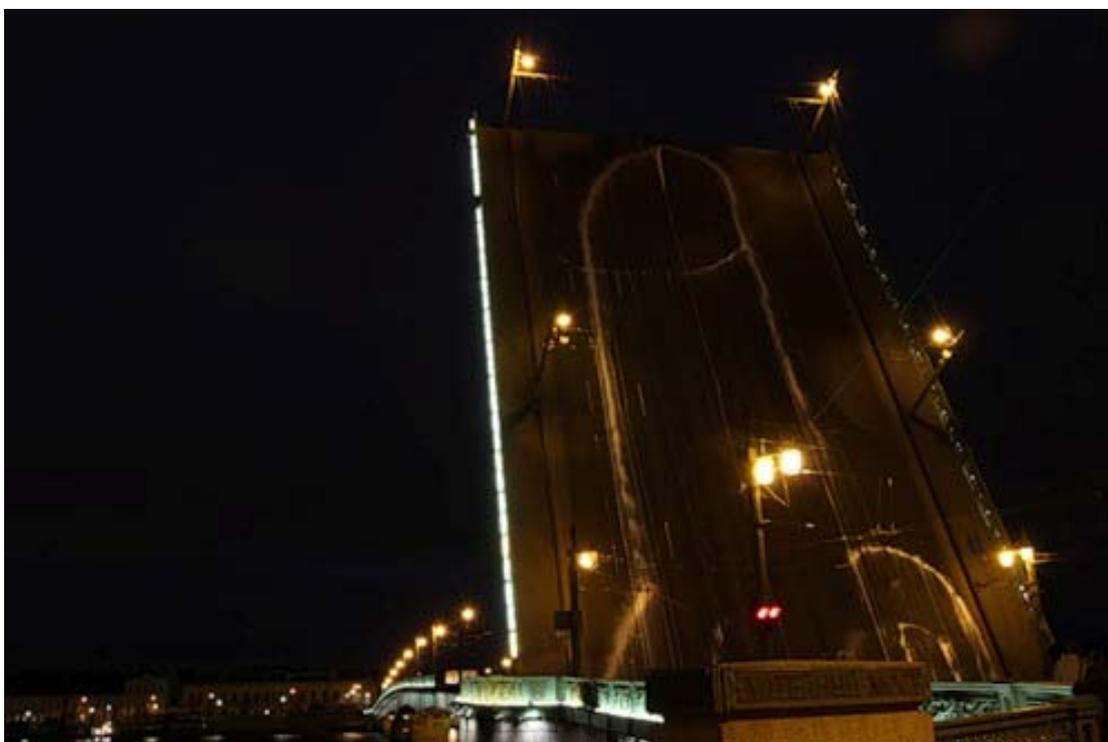


Figura 05: "Dick captured by KGB!"²⁹

²⁸<http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/obra+falica+de+grupo+russo+vence+premio+de+arte+estatal/n1300048974391.html>
Acesso em 15/10/2012.

²⁹ Imagem retirada do site - <http://plucer.livejournal.com/266853.html>. Acesso em 12/04/2012

Em sua mais recente ação: **“Palace Revolution”** de setembro de 2010, viraram 7 viaturas da polícia de cabeça para baixo, alguns dos carros com policiais dentro. Durante a ação o artista Alexei Plutser-Sarno, proclamou: “No Dia do Juízo Final o policial tem de se ajoelhar e implorar para nós, trabalhadores de artes plásticas, pelo perdão. O castigo de Deus está chegando. Arrependei-vos dos vossos pecados, policiais sujos de duas caras”.³⁰ Segundo o site do grupo, cada ação demorou 9 segundos. O grupo Voina se reunia, enquanto uma criança, filho de um dos integrantes do grupo, jogava bola próximo aos carros da polícia. Quando a bola era intencionalmente jogada para baixo do carro de polícia, alguns integrantes do grupo, a fim de pegar a bola, viravam o carro.



Figuras 06 e 07: “Palace Revolution”³¹

Todas as ações ocorreram em São Petersburgo. Recentemente o grupo fez parte da organização da 7ª Bienal de Berlim como curadores associados.³² Através de um dos eventos mais importantes da arte contemporânea da Alemanha, o Voina legitima o seu discurso, sendo seus integrantes curadores associados da 7ª Bienal, que teve como temas principais o compromisso social e o ativismo político.

O Voina se intitula uma organização dominada por relações horizontais no dia a dia e que emprega relações verticais durante suas ações. Os artistas que têm suas identidades conhecidas vivem em constante perigo, se escondendo da perseguição da polícia e usando de estratégias³³, tais como mudanças de endereço e de telefones para não serem rastreados.

As intervenções e ações na cidade trazem à tona outras dimensões não visíveis, as dimensões históricas, sociais e políticas; trabalhos que criticam a forma de imposição do poder, procurando lutar contra o controle do capital que se impõe à cidade. Às vezes apontando algo que é visto como um erro, às vezes dando soluções de acordo com os seus

³⁰“On the Judgement Day cop has to kneel down and beg us, workers of fine arts, for forgiveness. The God's punishment is coming. Repent your sins, two-faced dirty dealin' cops!”(tradução livre)

³¹ Imagem retirada do site - <http://plucer.livejournal.com/266853.html>. Acesso em 12/04/2012

³² http://universes-in-universe.org/esp/bien/bienal_de_berlin/2012/curators Acesso em 12/04/2012

³³ ‘estratégia’, termo militar, é a “arte de coordenar a ação das forças militares, políticas, econômicas e morais implicadas na condução de um conflito ou na preparação da defesa de uma nação ou comunidade de nações” e tem origem na palavra “*stratégia*” que quer dizer manobra ou artifício militar.

pontos de vista e visões de mundo. No instante da ação, fazem a área virar zona confronto, ativando o espaço através desses eventos,

No subcapítulo a seguir trataremos de alguns problemas da cidade e da atuação de artistas confrontando esses problemas.

2.1 O Boom das metrópoles: a guerra pelo domínio do espaço urbano

Após as reflexões do primeiro capítulo sobre o urbanismo como ideologia e os conflitos existentes na cidade, trazemos aqui exemplos relacionados à gentrificação e especulação imobiliária, e ações por parte de artistas em resposta a esses processos, através de intervenções ativistas na cidade.

Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), no ano de 2005 o Brasil tinha uma taxa de urbanização de 84,2% e, de acordo com algumas projeções, até 2050 a porcentagem da população brasileira que vive em centros urbanos deve pular para 93,6%. Em termos absolutos serão 237,751 milhões de pessoas morando nas cidades do país até a metade deste século. Por outro lado, a população rural terá caído de 29,462 milhões para 16,335 milhões entre 2005 e 2050³⁴. Os centros urbanos vêm crescendo a cada ano, assim como os conflitos relacionados a esse tema, inclusive o conflito da especulação imobiliária. Nelson Brissac (2002) descreve o fato da cidade de São Paulo ter sido transformada em um Campo de Batalha:

Uma guerra eclodiu pela ocupação de áreas urbanas inteiras, pelo controle da infraestrutura, das instituições e dos espaços públicos. A cidade converteu-se num arquipélago de enclaves modernizados _ com suas torres corporativas, shopping centers e condomínios fechados cercados por vastas áreas abandonadas, terrenos vagos ocupados por populações itinerantes. Camelôs tomam as ruas, favelas vão preenchendo os espaços entre as autopistas, grupos de sem-teto instalam-se sob viadutos. Como uma maré informe, espriam-se por todos os lados, tomando os espaços intersticiais. Uma terra de ninguém, uma área conflagrada. Uma paisagem terminal em que construções modernas convivem com dispositivos de sobrevivência. Verdadeiras máquinas de guerra atravessam esses desertos urbanos. Tendas de camelôs ocupando as calçadas. Grupos acampados nos cruzamentos, sob os viadutos. Shoppings populares surgem nos distritos financeiros. Populações inteiras invadem prédios vazios no centro e terrenos na periferia

³⁴ Disponível em:

<http://educacao.uol.com.br/geografia/ult1701u57.jhtm>. Acesso em 19 de agosto de 2011.

da cidade. Uma nova economia, uma nova modalidade de ocupação do território urbano. (Brissac, 2002, p. 11)

Como podemos ver em Brissac (2002), a cidade se apresenta como um espaço em conflito. Local de grande aglomeração de pessoas, que cresce mais e mais a cada instante, com pessoas transitando num ir e vir constante: pobres, ricos, sem teto, viciados em drogas, etc. As regiões abandonadas pelas classes dominantes acabam sendo ocupadas pelos excluídos, criando uma nova modalidade de ocupação. A cidade se transforma num local de conflitos e tensões.

Não podemos excluir de nossa análise os conflitos eminentes e existentes na cidade, pois essas questões permeiam os trabalhos de intervenção urbana, por serem seu desencadeadores.

Os artistas ativistas que trabalham com intervenções no espaço urbano geralmente estão preocupados ou são movidos pelas questões e tensões da cidade. Exemplo disso é o trabalho polêmico e conhecido do artista germano-americano Hans Haacke, que nos anos 70 denunciou o processo de especulação imobiliária³⁵ no Harlem e LowerEastSide, em Manhattan, Nova York.

Especulação imobiliária está relacionada à apropriação privada e ao investimento público ou privado. Ela acontece nas regiões esquecidas e/ou degradadas que estão em vias de serem melhoradas, com projetos já anunciados, como por exemplo a implantação de uma nova linha de metrô, ou a construção de uma escola ou creche, ou serviços ligados à infraestrutura básica (saneamento e energia). Essas melhorias também podem vir do poder privado ou de comunidades e associações de bairro. Nesses lugares são comprados imóveis ou terrenos que permanecem improdutivos até as melhorias ocorrerem e se efetivar a valorização dos locais. O especulador então, sem fazer nada, fica à espera da valorização para vender ou locar o terreno ou imóvel. Consideramos o processo de especulação imobiliária um processo injusto, no qual muitos contribuem para a valorização da região e poucos se beneficiam.

Em seu trabalho “Shapolsky et al. Manhattan Real Estate Holdings, A Real Time Social System, as of May 1, 1971”³⁶ Haacke fez o levantamento e divulgou as transações de uma empresa imobiliária entre o período de 1951 e 1971.

³⁵ Disponível em:

<http://urbanidades.arq.br/2008/09/o-que-e-especulacao-imobiliaria/>. Acesso em 08/02/2012.

³⁶ Disponível em:

<http://www.medienkunstnetz.de/works/shapolsky/>.

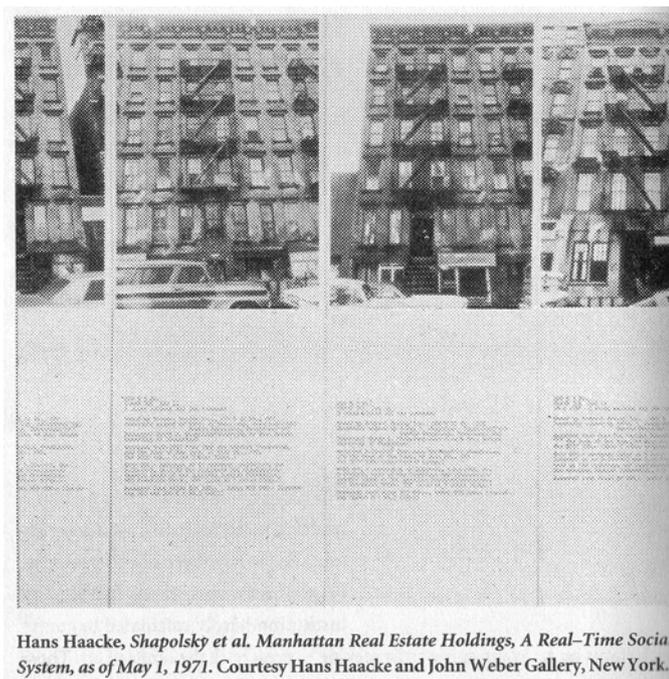


Figura 08: “Shapolsky et al. Manhattan Real Estate Holdings, A Real Time Social System, as of May 1, 1971”.

Outro exemplo recente que lida com as tensões da cidade é o trabalho do Coletivo espanhol Left Hand Rotation, em reação ao “Projeto Nova Luz”³⁷, a ser realizado no bairro da Luz na região central de São Paulo, que se autodenomina um projeto de requalificação urbana, segundo o site do Projeto Nova Luz: “A proposta da Prefeitura de São Paulo é construir um projeto que respeite os valores e a cultura local, com a colaboração e envolvimento de todos.”³⁸

Para que isso aconteça foi criado um Consórcio composto por três empresas e uma entidade privada voltada ao ensino e pesquisa. A iniciativa prevê a valorização dos prédios históricos, reforma das áreas livres públicas, criação de espaços verdes e de lazer e a melhoria do ambiente urbano da região. Mas alguns acontecimentos durante esse processo contradizem as premissas e objetivos apresentados no “Projeto Nova Luz”.

O bairro da Luz, estigmatizado como “Cracolândia”, vem sofrendo um processo de especulação imobiliária e gentrificação³⁹ desde os anos 1970. A Gentrificação é o processo de enobrecimento de espaços urbanos das grandes cidades, regiões antes esquecidas e

³⁷ Para saber mais acesse: http://www.novaluzsp.com.br/proj_plano.asp?item=projeto e para encontrar textos que problematizam a questão acesse: <http://raquelrolnik.wordpress.com/>.

³⁸ Disponível em:

www.novaluzsp.com.br/projeto.asp. Acesso em 08/02/2012.

³⁹ “Chama-se gentrificação o processo de enobrecimento urbano, o conjunto de processos de transformação do espaço urbano que ocorre, com ou sem intervenção governamental, nas mais variadas cidades do mundo.” in HOFFMANN, Friederike. **Istanbul: Living Together Separatly**. Urban Action. 2007, College of Behavioral and Social Sciences, San Francisco State University, 2007.

degradadas. Esses espaços esquecidos pelo poder público e pela classe média são geralmente ocupados e habitados por sem tetos, moradores de rua ou pessoas de baixa renda, pois aos excluídos restam as bordas, as fissuras da cidade. Durante o processo de gentrificação, essa população de baixa renda retira-se dos locais ou pela pressão do capital, ou pela pressão do poder público ou pela força da polícia militar. Pois a revitalização desses espaços promove um maior encarecimento das áreas, atraindo pessoas com poder aquisitivo mais elevado, aumentando o custo de vida da região, e pessoas que moravam em cortiços ou habitações de baixo custo, já não podem pagar pelo preço corrigido. No caso do “Projeto Nova Luz”, não foi a pressão do capital que fez com que ‘espontaneamente’ - diga-se de passagem, palavra que não corresponde à violência que o capital e suas consequências imprimem na sociedade - as pessoas saíssem da região da Cracolândia, mas sim a força da polícia militar e do poder público. Dentre eles estão comerciantes locais, movimentos de luta por moradia, moradores de cortiços, moradores de favelas, recicladores, ambulantes, moradores de rua, dependentes químicos e outros movimentos e pessoas que resistem a esse processo, não deixando a região.

O “Projeto Nova Luz”, realizado pela prefeitura da cidade de São Paulo, já se declarou ser um projeto apenas estrutural, e não social, e pretende desapropriar e demolir 30% da região, expulsando seus moradores, acabando com a memória e história do lugar, para construir espaços de consumo. Recentemente vem acontecendo um processo de higienização na região, chamada “Cracolândia”. O termo Cracolândia é entendido neste trabalho como se referindo a um grupo itinerante de pessoas com problemas de dependência química, e não como um pedaço de terra. Esse grupo de pessoas deve ser compreendido como problema social e ser tratado com delicadeza, trabalhando com uma justa política de redução de danos, política que não existe no Brasil, pois mudar a Cracolândia de local não resolve o problema. Essas pessoas estão sendo retiradas do local juntamente com outros moradores da região. Milton Santos já dizia que “não há sociedade a-espacial. O espaço, ele mesmo é social.” (M.Santos, 2002, p. 22). O urbanismo é uma atividade complexa que deve dialogar com questões sociais, econômicas e também conflitos, tendo uma aproximação maior de outras áreas do conhecimento como o design, ciências sociais, geografia, geologia, paisagem e política. É claro que existem arquitetos e urbanistas que têm feito trabalhos com um pensamento que inclui o contexto, a história, memória do local e as pessoas, trabalhos que integram áreas como design e publicidade. Exemplos podem ser vistos no livro “Conquistar a rua! Compartilhar sem dividir”⁴⁰ (2010), mas é incrível que em pleno século XXI existam

⁴⁰Versão brasileira do livro BORTHAGARAY, Andrés (Ed.). **Ganar La Calle. Compartir sin dividir**. Buenos Aires: Romano Guerra Editora, 2010.

políticas de planejamento urbano que não reflitam sobre essas questões, subordinando o valor de uso pelo valor de troca: “Que a realidade urbana esteja destinada aos ‘usuários’ e não aos especuladores, aos promotores capitalistas, aos planos dos técnicos, é uma versão justa porém enfraquecida dessa verdade.” (H. Lefebvre, 2001, p. 128). Enfraquecida porque, como podemos notar através de exemplos acima, na prática esta ‘verdade’ não se concretiza.

O Coletivo espanhol Left Hand Rotation esteve no Brasil em outubro de 2011, e após vivenciar o centro de São Paulo e verificar questões do “Projeto Nova Luz”, como sua relação com o entorno e os moradores da região, desenvolveu um documentário intitulado “LUZ”⁴¹, que relata como a sociedade civil organizada resiste ao projeto, e seus impactos na região. O coletivo também ministrou uma oficina no espaço Matilha Cultural, e ao final do curso, o grupo realizou uma intervenção na região do “Projeto Nova Luz”, na tentativa de denunciar a ‘forma’ de requalificação do projeto. Foi mostrada nas ruas a legenda de cores com as cinco fases de demolição do projeto, programada para os próximos 15 anos; cada fase sendo evidenciada por uma cor específica. Com isto, desenvolveram adesivos e cartazes com o seguinte texto: “Isto irá desaparecer dentro de apenas 7,5 a 10 anos. Vermelho fase 3 do Projeto Nova Luz”. Esses materiais foram colados nos respectivos prédios e imóveis da região.



⁴¹Disponível em: <http://www.lefthandrotation.com>. Acesso em 25/04/2012



Figura 09: Coletivo espanhol LeftHandRotation na LUZ

Ações como as de Hans Haacke e do coletivo Left Hand Rotation são recorrentes, principalmente nas grandes metrópoles. São artistas e, principalmente, coletivos que trabalham em busca de desmascarar grandes corporações, criando novos fluxos e novas visões de mundo, através de uma contra-informação e de uma contra-arte. Essas ações exercem, com cunho ativista, novas formas de exercício político. Esses grupos são apartidários e às vezes também descentralizados.

A questão chave deste trabalho é o estudo de casos de ações e processos de natureza estética no espaço urbano das grandes cidades, intervenções/ações ‘ativistas’ nessas áreas populacionais que crescem constantemente a cada ano. O objeto de estudo deste trabalho são algumas ações ‘ativistas’ do grupo BijaRi na cidade de São Paulo, a saber: a ação “Galinha”, a ação “Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo” e a ação “João Bobo”, e suas problematizações dentro das circunstâncias do recorte.

2.2 O BijaRi

Em 1997 como forma de ter um espaço para festas, fazer trabalhos para faculdade e desenvolver trabalhos comerciais 10 estudantes de arquitetura e artes plásticas alugaram uma casa nas proximidades da Universidade de São Paulo - USP, nascia aí o grupo BijaRi.

O B e o R em caixa alta simbolizam a sigla da palavra Brasil e BijaRi em tupi significa “casca que solta árvore e se renova”, a origem do nome do grupo vem do endereço

em que alugaram o espaço na Rua Bijari no Butantã, inspirados na fábrica de Andy Warhol a casa foi inicialmente chamada de fábrica BijaRi.

O grupo foi fundado por Olavo Ekman, Eduardo Fernandes, Rodrigo Araújo, Gustavo Godoy, Mauro, Sandro, Geandre Tomazoni, Flávio Araújo, Marcelo Cury, Frederico Ming, Giuliano Scandiuzzi.

A partir do convívio proporcionado pelo espaço na Rua BijaRi passaram a fazer trabalhos em conjunto, segundo Olavo Ekman foi neste período que o BijaRi passou a se tornar estúdio de design, bureau de criação e empresa.

Os primeiros trabalhos do grupo foram com cenografia para shows, festas e exposições. E o primeiro grande trabalho foi para o SESC – Serviço Social do Comércio de São Paulo, trabalho que lhes rendeu verba suficiente para investirem no negócio, compraram então os primeiros computadores para o grupo, para Olavo Ekman esse foi um divisor de águas, a compra conjunta fez mudarem a estrutura do grupo que passou de um ateliê para algo parecido com uma cooperativa, onde os integrantes do grupo conseguindo novos trabalhos deveriam passar um porcentagem para o BijaRi, dinheiro que seria investido em infraestrutura.

O grupo já passou por vários modelos de negócio e a sua sede já passou por três lugares diferentes, atualmente estão localizados na Rua Padre João Gonçalves na Vila Madalena em São Paulo, com a saída de alguns integrantes, hoje estão em seis sócios, são eles: Olavo Ekman, Rodrigo Araújo, Gustavo Godoy, Geandre Tomazoni, Mauricio Cury e João Rocha.

Segundo Olavo Ekman, os trabalhos engajados do grupo passaram a surgir depois de perceberem que fazer ações na rua, com conteúdo crítico tinham certa potência.

E a partir daí o grupo passou a funcionar como empresa e coletivo artístico|ativista, sempre separando as duas coisas, Geandre Tomazoni diz que durante muito tempo o BijaRi dividiu os trabalhos artísticos dos comerciais, primeiramente porque neste período não havia galerias ou instituições que investiam ou entendiam o trabalho do grupo realizados na rua e focados em processo. Outro fator para que essa separação acontecesse vinha do entendimento do grupo de que a arte comercializável não tinha potencial crítico.

Com o passar dos anos perceberam que era possível trabalhar com instituições e exercer a crítica, sem terem que maquiagem o trabalho e sem serem censurados. Participaram de diversas exposições fora do Brasil, muitas vezes sendo patrocinados por grandes empresas. Em seu site www.bijari.com.br se apresentam como um “centro de criação de artes visuais” e existe uma página para trabalhos artísticos e outra para design. Em 2011 passaram a integrar o

circuito oficial da arte contemporânea, participaram da exposição “De Dentro e De fora”, realizada no MASP em 2011 e recentemente em 2012 foram convidados pelos curadores da Galeria Choque Cultural para a realização de uma mostra individual, a exposição “Estado do Sítio”. Antes disso no Brasil seus interlocutores eram arquitetos, psicólogos, geógrafos, fotógrafos e ativistas, segundo Rodrigo Araújo o trabalho do grupo fazia mais sentido em outros lugares ao invés do circuito oficial da arte contemporânea.

Com a entrada há 2 ou 3 anos de João Rocha ao grupo, consultor especializado em marketing e planejamento estratégico o grupo passou a se profissionalizar mais.

Atualmente o estúdio está separado por núcleos autônomos que eventualmente se relacionam: núcleo de projetos; núcleo de design gráfico; núcleo de direção de arte e motion design e núcleo de pesquisa e desenvolvimento.

Além disso, possuem uma secretária no estúdio, uma empresa de contabilidade e assessoria jurídica externa e para eventuais trabalhos contratam assessorias especializadas.

Faz parte do modelo de negócio do estúdio fazer com que os trabalhos comerciais financiem os trabalhos artísticos, as intervenções. Olavo Ekman em entrevista realizada para esta pesquisa nos fala que existe um núcleo artístico do qual fazem parte todos os sócios, porém ele é invisível, só existe quando juntos estão pensando em arte, não existindo dentro do modelo de negócio da empresa.

Uma busca rápida no Google pela palavra Bijari e encontramos na primeira ordem de busca o site do grupo, com a seguinte descrição: BijaRi : arte + design + atitude. Descrevem-se como um centro de criação de artes visuais e multimídia, propondo experimentações artísticas, sobretudo de caráter crítico. Intervenções urbanas, performances, instalações, vídeo-arte e design.

O BijaRi é considerado hoje um dos principais produtores de vídeo *mapping* no Brasil, pesquisando diferentes aplicações para a técnica de vídeo com mapeamento. Tendo sido eleito como um dos cinco melhores grupos de VJ's do mundo pela revista Time Out (Londres).

Atualmente o coletivo BijaRi é conhecido por seus trabalhos de intervenção urbana e *vídeo-mapping*. Trabalham para grandes empresas como Abril, BWA, Caixa, Discovery Channel, Ford, Havaianas, HP, Intel, Melissa, Motorola, Natura Nokia, Red Bull, Telefônica e Tim, como também em intervenções urbanas que tratam de temas como Gentrificação, Especulação Imobiliária, Imigração Ilegal e Pirataria, projetos esses divididos entre patrocinados e auto-financiados.

3. Estudos de Casos BijaRi

Nesse momento, iremos analisar alguns trabalhos do coletivo BijaRi. Como são trabalhos de intervenções urbanas, que já aconteceram e na impossibilidade de relatar o momento da presença os objetos de análise são vídeos, fotos, textos e conversas com participantes das ações. Mas não deixaremos de elucubrar sobre o já acontecido, pois essas ações se enquadram naquilo que é objetivo principal deste trabalho: o ativismo no espaço urbano e a sua potencialidade em transformá-lo em ‘espaço urbano comunicacional horizontal’.

Os atos aqui analisados são descritos pelo grupo como ‘atentados poéticos’ e de “natureza urbana”, todos eles foram/são intervenções na cidade que reverberaram na rede através do site do próprio coletivo, no youtube e em muitos outros sites que contam e recontam as histórias e re-exibem os vídeos e as imagens. O trabalho do BijaRi é, em grande parte, o trabalho da documentação da ação, o registro vídeográfico ou fotográfico.

As pessoas tem acesso (contínuo) ao trabalho do grupo através da internet, do site do grupo e do youtube. Essa característica é muito relevante na nossa análise, pois funda uma dialética entre o contínuo suspenso no tempo – obra editada e apresentada no site, e o pontual – a ação em si, que acontece em um tempo e espaço limitado do dia-a-dia da metrópole.

Os trabalhos que analisaremos são: “Galinha” (2002), “Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo” (2004); “João Bobo” (2005).

Para a análise de **“Galinha”**, partimos dos seguintes materiais como fonte de informação: (i) texto no site do grupo BijaRi, (ii) vídeo presente no site⁴², (iii) o mesmo vídeo no youtube⁴³ e (iv) alguns relatos colhidos em entrevistas que o grupo BijaRi deu para diversos veículos de comunicação e para esta pesquisa.

Para a análise de **“Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo”**, temos os seguintes materiais como fonte de informação: (i) imagens no site do grupo BijaRi, (ii) dois vídeos no youtube⁴⁴ e (iii) alguns relatos colhidos em entrevistas que o grupo BijaRi deu para diversos veículos de comunicação e para esta pesquisa.

Para a análise de **“João Bobo”**, partimos dos seguintes materiais como fonte de informação: (i) texto no site do grupo BijaRi, (ii) o still do vídeo presente no site⁴⁵, (iii) o

⁴² <http://www.bijari.com.br/art/galinha/>

⁴³ <http://www.youtube.com/watch?v=fpMd60G0YtU>

⁴⁴ https://www.youtube.com/watch?v=kvUSYDch_1U e https://www.youtube.com/watch?v=9nI8E_5ndXk&feature=relmfu

⁴⁵ <http://www.bijari.com.br/art/joao-bobo/>

vídeo no youtube⁴⁶ e (iv) alguns relatos colhidos em entrevistas que o grupo BijaRi deu para diversos veículos de comunicação e para esta pesquisa.

3.1 Galinha

Galinha é um projeto ‘não patrocinado’⁴⁷, que foi realizado em 2002, pelo grupo BijaRi, consistiu basicamente na ação de soltar uma galinha em dois locais da Av. Brigadeiro Faria Lima, cidade de São Paulo. Esses dois pontos geográficos, embora próximos fisicamente, são habitados por pessoas muito diferentes do ponto de vista socioeconômico e cultural.

A ação foi realizada com objetivo de gerar um vídeo que seria exibido posteriormente em um evento. Tanto o vídeo como a ação *in loco*, do ponto de vista estrutural possuem 2 momentos: no primeiro momento, os participantes do grupo BijaRi soltam uma galinha no Largo da Batata (final da Av. Brigadeiro Faria Lima, marcado como local (B) na imagem (x), abaixo) e no segundo momento, 1.5 km de distância do primeiro local, em frente ao Shopping Iguatemi (no início da Av. Brigadeiro Faria Lima, marcado como local (A) na imagem (x), abaixo), soltam uma outra galinha.

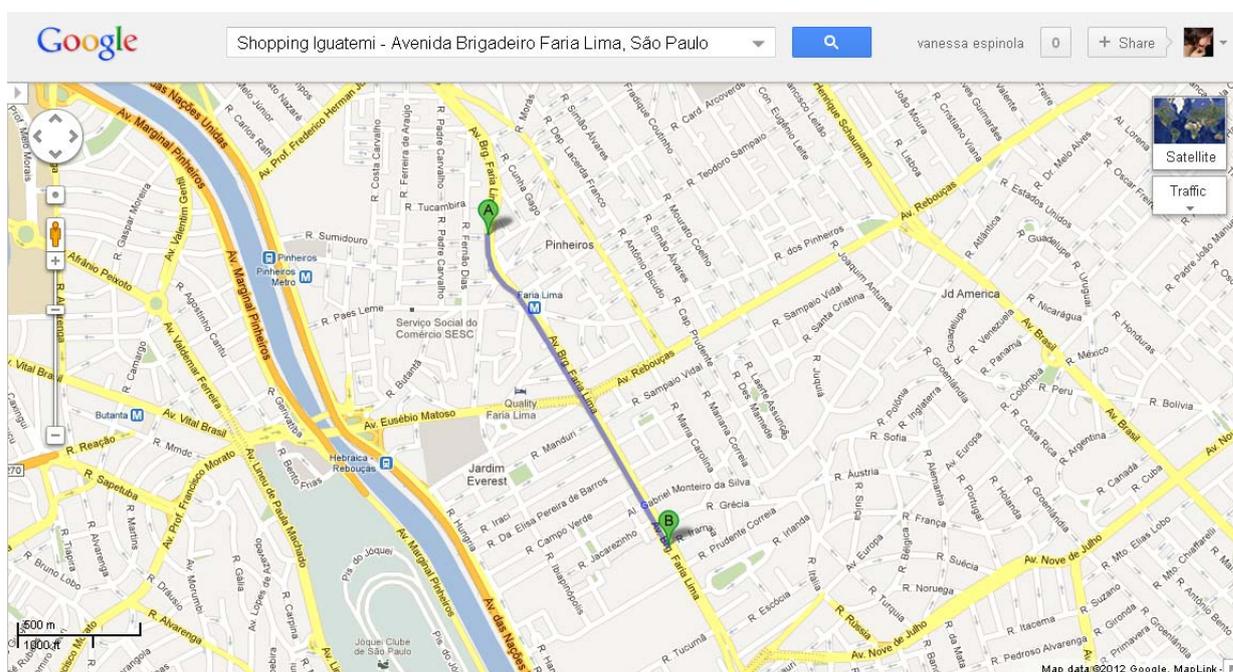


Figura 10: Imagem extraída do aplicativo Google maps que apresenta o trecho da Av. Brigadeiro Faria Lima nos dois pontos onde ocorreram as ações. : No ponto A, encontra-se presente o Shopping Center Iguatemi e no ponto B o Largo da Batata. Na imagem pode-se observar que a distância espacial é relativamente pequena (1,5km). Pode-se observar também que os dois

⁴⁶<http://www.youtube.com/watch?v=312qzwQMSzY>

⁴⁷Quando dizemos ‘não patrocinado’, estamos nos referindo a um projeto que não teve ajuda financeira para ser realizado, nem por galerias de arte, nem por instituições públicas.

lugares estão separados pela Av. Rebouças, que corta a cidade da Av. Paulista até a Marginal Pinheiros. No imaginário urbano, a Av Rebouças é um eixo que divide a Av. Faria Lima em duas áreas com características sócio-econômicas diversas. Inclusive em termos de nomenclatura, o trecho que vai do Largo da Batata a Rebouças denomina-se Pinheiros e o trecho compreendido pela Rebouças e Nove de Julho recebe o nome de Jardim Europa.

Ao soltar a galinha no espaço urbano, o grupo percebeu que as pessoas reagiam de maneira muito diferente em relação ao animal, sendo a galinha, segundo eles, um “elemento analisador de tensões sociais”. Segundo depoimento do grupo, as reações foram diversas: no Shopping Iguatemi a segurança local pediu para que retirassem a galinha da calçada em frente ao shopping, já no Largo da Batata, a galinha foi alimentada e bem recebida pelas pessoas que trabalham e transitam pelo local.

“De um lado, a galinha era a Solução! Várias pessoas se aglomeraram, correram atrás da galinha, o objeto de fascínio despertando a cobiça, uma oportunidade de levá-la para casa, ou até comê-la. De outro, era um problema! Depois que a galinha começou a circular na frente do shopping, os passantes desviavam, olhavam desconfiados, meio espantados com a presença dessa ave ali na cidade!” BijaRi – site reverberações⁴⁸

Neste projeto, utilizando uma galinha e uma câmera de vídeo para o registro da ação, o animal foi usado como uma espécie de “objeto analisador” que poderia revelar as diferenças de como pensam pessoas que habitam o mesmo espaço e como é entendida a noção de espaço urbano e espaço público.

No site reverberar, encontramos um texto do ano de 2006 no qual o BijaRi explica a ação Galinha:

“Certa vez, realizamos uma ação artística, onde introduzimos um Objeto Analisador das relações presentes num espaço, em meio ao movimentado bairro de Pinheiros. Espaço que devido a curta distância separa os pólos econômico-sociais da nossa cidade, se apresenta como recorte da realidade. Utilizando uma câmera de vídeo para o registro da ação, primeiro inserimos uma galinha no ambiente de uma das ilhas de pedestres no Largo da Batata, onde os camelôs e passantes dividem o espaço com os ônibus e carros que por lá circulam. Em um segundo momento, inserimos a mesma galinha na frente de um shopping center famoso da Av. Faria Lima. A galinha foi utilizada como uma espécie de termômetro o qual nos revelava dicotomias sobre como pensam pessoas que habitam o mesmo espaço. (...) Aos poucos fomos cercados: três guardas apareceram depois de um vigilante passar a situação pelo rádio. Em 1 minuto chegou uma grande viatura pela calçada, com vários homens os quais nos abordaram meio nervosos, até com medo da situação, preocupados com aquele novo elemento ciscando em sua freguesia⁴⁹” site Reverberações

⁴⁸ <http://reverberar.wordpress.com/2008/10/12/arquitetura-da-resistencia-por-bijari/> Acesso em 12/10/2012

⁴⁹ Site: <http://reverberar.wordpress.com/2008/10/12/arquitetura-da-resistencia-por-bijari/> Acesso em 15/09/2012

Segundo este depoimento do grupo, a ação realmente serviu como um dispositivo analisador do grau de controle que existe em um espaço público e mostra a forma com a qual as pessoas lidam com objetos fora do contexto.



Figura 11: imagem retirada a partir de um frame do registro videográfico da ação “Galinha” realizado em 2002, nesta cena podemos ver a segunda parte do vídeo “Inserção 2: Shopping Center Iguatemi”, com a galinha em frente ao Shopping Center Iguatemi.

Em entrevista dada pelo grupo seis anos após a realização da ação, realizada em 20|10|2008, para Virginia Gil Araujo do Latinart.com , organização americana sem fins lucrativos que mantém um jornal online de arte e cultura, o grupo fala sobre o projeto:

“Considerando que o espaço de baixa renda foi caracterizado por uma série de simbióticas, corporais, reações verbais envolvendo entropia e de aproximação, a reação no domínio exclusivo do shopping era, tipicamente, de controle, a Galinha foi tratada como um "elemento intratável" e com uma "atitude suspeita" (um termo policial usado para justificar a perseguição indiscriminada de suspeitos). A Galinha no centro comercial foi isolada pela primeira vez e depois removida do local por forças do mercado_de_segurança_privada. As situações justapostas foram filmadas para documentar as formas e estruturas, visíveis e ocultas, de controle social e espacial. Serve também para questionar certas noções sobre a vitalidade do espaço público, noções que normalmente abordam o processo de reordenamento urbano na base da exclusão. O Largo da Batata, por exemplo, está agora passando por um processo avançado de gentrificação. No Shopping Iguatemi, com sua ampla fachada de granito, palmeiras exóticas, janelas bem iluminadas, lojas e câmeras de vigilância, tanto os corpos e as mentes das pessoas que passam por lá: atordoados emocionalmente, reagem

negativamente, refletindo uma visão de mundo em que uma galinha é vista como uma ameaça. Do outro lado da avenida Faria Lima, as galinhas são uma bastante populares e uma fonte muito apreciada de alimento, e as reações à ação foram de entropia, a aproximação, e brincadeiras, dando testemunho de uma qualidade genuinamente coletiva, na qual todos participaram”⁵⁰.(tradução livre)

Podemos perceber que o discurso do grupo, sobre seu próprio trabalho evolui, agora mais elaborado, inserem questões de presença corporal, reações verbais, controle espacial e social.

No site do grupo o projeto Galinha está classificado como “Atentado Poético” e o texto que apresenta o projeto é o seguinte:

“Ação Urbana (Vídeo, 3’22’, NTSC, COR) Projeto Independente, 2002, São Paulo. Como interferir nos padrões de expressão corporal e comportamental engessados por códigos de conduta pública? Como criar uma interferência que revele não somente esses diferentes padrões, mas também formas de controle social e de acesso aos espaços supostamente públicos? Tentando responder essas perguntas, empreendemos esta ação em que duas galinhas são soltas, concomitantemente, no Largo da Batata, reduto de cultura nordestina e frequentado pelas classes populares que passam em seu trajeto entre centro e periferia; e em frente ao Shopping Iguatemi, distante apenas 1km, que é frequentado pelas classes mais abastadas da cidade. Surpresa, afetividade, espanto e rejeição foram algumas das reações registradas na ação em que os galináceos irrompem pequenas catarses urbanas e atuam como elemento analisador de tensões sociais”. Site BijaRi acesso em 15/09/2012

⁵⁰“Whereas the low-income space was characterized by a series of symbiotic, corporal, verbal reactions involving entropy and rapprochement, the reaction in the exclusive domain of the shopping mall was typically that of control; the chicken was treated as an "intractable element" and with a "suspicious attitude" (a police term used to justify the indiscriminate harassment of suspects). The chicken in the shopping center was first isolated and then removed from the premises by the supermarket's private security forces. The juxtaposed situations were filmed to document the forms and structures, both visible and hidden, of social and spatial control. They also served to question certain urban-centered notions regarding the vitality of public space, notions that often address the process of urban reordering on the basis of exclusion. Largo da Batata for instance is now living through advanced stages of gentrification. On the Iguatemi- shopping, with its broad granite walkway, exotic palms, well-lit shop windows and surveillance cameras, both the bodies and the minds of the people walking by turned stiff: stunned and thrown off guard emotionally, they reacted negatively, reflecting a view of the world in which a chicken is seen as a threat. On the other side of Faria Lima Ave., chickens are a pretty popular and a highly appreciated source of food, and the reactions to the action were entropy, rapprochement, and playfulness, bearing witness to a genuinely collective quality that wasn't anybody's in particular, thus making it everyone's”. <http://www.latinart.com/aiview.cfm?start=2&id=400> Acesso em 09/09/2012

Para o grupo BijaRi, Galinha “foi um elemento revelador do controle do espaço público”, o ato, descrito pelo grupo como um ato poético foi realizado no contexto do espaço urbano, produzido para ser um vídeo que seria exibido em um evento na cidade de São Paulo e posteriormente foi publicado na internet, no site do grupo e no youtube, reverberou nas redes, e em muitos outros sites que contam e recontam a história e re-exibem o vídeo.

O projeto Galinha acontece em duas instâncias: a ação *in loco* e o registro em vídeo da ação. Temos então duas ações em locais diferentes, assim, é apenas através do vídeo que podemos compreender a obra como um todo. Ao incluir um objeto “estranho” no espaço banal (cf. Santos, 2008 – conceito já visitado por nós no capítulo 1), as pessoas, situadas no local onde ocorre a ação, não têm acesso ao discurso completo.

A ação *in loco*, em lugares diferentes não possuem relação alguma para quem presenciou a intervenção. Separadas e descontextualizadas, no Largo da Batata pareceu-se mais como um *happening* e no Shopping Center Iguatemi como um protesto.

A documentação videográfica da ação não apenas faz parte do processo de criação do grupo, como é a ação em si, e é aqui, considerada por nós como sendo ‘a obra’ do grupo no seu estado de completude, tendo as ações *in loco*, não menos importantes, mas apenas como parte do processo.

Na falta de matéria prima para analisar a ação *in loco* e a fim de averiguar questões que estão para além de uma análise superficial do projeto em questão, este trabalho se propõe a analisar mais a fundo a ação Galinha em umas das instâncias: a análise do registro videográfico, consideramos o registro videográfico um material com grande fonte de informações que nos ajudarão na análise como um todo.

3.1. 2 Galinha em análise: registro videográfico

Neste subcapítulo, a partir do registro videográfico iremos analisar as cenas seguindo a seguinte estrutura: Primeiramente através de uma descrição clara, objetiva e detalhada da cena em questão e posteriormente uma descrição dos aspectos relacionais observados na cena registrada e editada, como contexto, conceitos e associações.

0:00 - 0:10



Figura 12: Uma das imagens dos primeiros segundos do vídeo Galinha.

Nos primeiros 0:10 segundos de vídeo podemos ver um texto de apresentação do projeto, são palavras que aparecem na seguinte ordem: Grupo BijaRi -> Galinha -> Laboratório -> São Paulo -> Brasil. Nesses 0:10 segundos não há som, vemos letras brancas, com círculos da cor laranja e um fundo preto.

A referência apontada no vídeo 'Laboratório' se refere a um projeto no qual o BijaRi trabalhou em conjunto com uma banda, onde misturavam Jam sessions musicais com intervenções artísticas.

Segundo Geandre Tomazzoni, um dos integrantes fundadores do grupo BijaRi, o Laboratório tinha um caráter itinerante, se apresentavam em diversos locais, e isso “fazia com que os shows da banda se tornassem menos show e mais intervenções áudio visuais. O que acabou se tornando um Laboratório de linguagem”. O projeto Galinha, foi produzido para ser um vídeo que seria exibido como intervenção artística durante um show que ocorreu no BlenBlen Club, antiga casa noturna localizada no bairro da Vila Madalena em São Paulo. Durante a ação de ‘intervenção áudio visual’ o grupo também soltou 4 galinhas no BlenBlen Club.

0:11 - 0:20

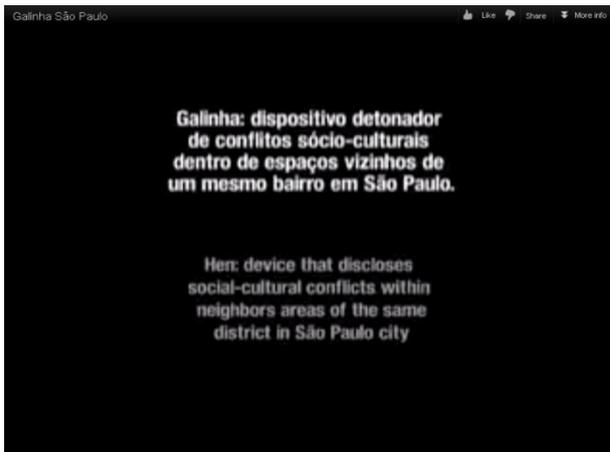


Figura 13: Uma das imagens da cena entre os 0:11 e 0:20 segundos do vídeo Galinha.

Nesta cena, entre o tempo 0:11 e 0:20 segundos do vídeo se inicia uma música de fundo e entra o seguinte texto na tela “Galinha: dispositivo detonador de conflitos sócio-culturais dentro de espaços vizinhos de um mesmo bairro em São Paulo” e o mesmo texto em inglês: “*Hen: Device that discloses social-cultural conflicts within neighbors areas of the same district in São Paulo*”. Temos uma tela de fundo preto e texto composto por letras brancas.

Nesse momento, podemos visualizar uma apresentação textual sobre o que é o projeto, local onde se constrói um direcionamento, ou seja, a forma que o grupo BijaRiespera que o telespectador avalie o que o aguarda.

0:23 – 0:31



Figura 13: Uma das imagens da cena entre os 0:23 e 0:31 segundos do vídeo Galinha.

Na sequência 0:23 até 0:31 segundos, vemos o texto “Inserção I – Largo da Batata” dentro de uma tarja preta. Nesta cena, também podemos ver as mãos de uma pessoa abrindo a caixa e dela saindo a Galinha, caixa de papelão que apresenta a marca MILLER, marca de algum produto que não conseguimos identificar. Antes de soltar a galinha, ouvimos

alguém perguntando se pode soltá-la, e depois vemos as mãos dessa mesma pessoa virando a caixa de papelão.

Aqui são os integrantes do grupo que soltam a Galinha, temos nesse momento a primeira cena na qual existe uma interação BijaRi-Galinha⁵¹. Podemos notar, pelas imagens que é dia, o sol está batendo forte sob a caixa durante a cena.

0:31 -0:37



Figura 14: Uma das imagens da cena entre os 0:31 e 0:37 segundos do vídeo Galinha.

Ao soltar a Galinha, a câmera mantém o foco sobre ela por alguns segundos. Ainda podemos ver a tarja preta com a inscrição “Inserção 1: Largo da Batata”, neste momento, podemos ver atrás da Galinha uma faixa amarela que enrola algo e a seguinte palavra, “passe” em vermelho. Nesta cena podemos também observar a calçada com o piso todo desenhado, branco e preto, e a caixa ao lado esquerdo da cena.

Nesta cena, analisando os objetos que nos são apresentados, podemos deduzir que a ação ocorre na cidade de São Paulo e em um local de comércio informal. Primeiramente porque o piso do local é o azulejo preto e branco com formas geométricas, símbolo do estado de São Paulo. E porque muito provavelmente atrás da galinha, havia uma barraca de venda ou troca de passes (forma a qual chamávamos o vale transporte na cidade de São Paulo), o que se configura como a primeira evidência de se tratar de um espaço habitado por um mercado informal, no qual o vale transporte é uma moeda. Naquela época (em torno de 2002), o vale transporte era a moeda oficial da informalidade, podia-se trocá-lo pela moeda oficial ou usá-lo para compra direta de outros produtos.

⁵¹ Todas os momentos que aparecem as palavras Pessoas-Galinha e BijaRi-Galinha significa que estamos nos referindo a ‘relação entre’ os dois objetos.

0:38 – 0:42



Figura 15: Uma das imagens da cena entre os 0:38 e 0:42 segundos do vídeo Galinha.

Na sequência 0:38 até 0:42 segundos vemos a Galinha ciscando no chão, agora podemos visualizar melhor as formas geométricas do piso, primeiramente a câmera foca na galinha e nos pés das pessoas, dos passantes. Ao fundo da tela podemos ver uma pessoa na mesma linha de direção da galinha. Aqui podemos observar pela primeira vez no filme o cenário no qual a Galinha se encontra, ao fundo, do lado direito, podemos ver uma barraca de frutas e ao lado esquerdo um banca de jornal, e ao seu lado um carrinho com muitos pacotes de alho. Observamos muitas pessoas passando, um ônibus ao fundo e alguns prédios ao final do horizonte.

Nesse mesmo piso que identifica a cidade de São Paulo, a câmera nos dá a impressão, como se por alguns instantes tivéssemos vindo na mesma perspectiva que a Galinha. Ao fundo da tela, a pessoa que vemos na mesma linha de direção da galinha é um dos integrantes do grupo, passando a uma razoável distância do animal, talvez para controlar o espaço, e não deixar que a galinha se perca. Ele é uma das primeiras pessoas que podemos ver de corpo inteiro no filme.

Para quem mora em São Paulo, ao ver esta cena, pode fazer alguma ideia do ano que o filme foi produzido, com o mercado informal, hoje não mais existente no local. Neste momento do vídeo já temos a noção de que estamos observando um local popular, no qual existe um comércio informal.

0: 43 - 0:57



Figura 16: Uma das imagens da cena entre os 0:43 e 0:57 segundos do vídeo Galinha.

Novamente a câmera volta a focar na Galinha em primeiro plano, podemos observar que a cena é composta por alguns elementos como uma placa e nela escrito “Compro Tele Sena”, ao lado muitas revistas com imagens coloridas. Neste momento a Galinha está em frente à banca de jornal e podemos ouvir alguém dizer: “botar ela na assadeira”.

Temos aqui a primeira fala de interação entre Pessoas-Galinha e através dela podemos notar que as pessoas do Largo da Batata não desassociam o animal vivo, do alimento de consumo final. No cenário a frase “Compro Tele-Sena” se refere ao título de capitalização de pagamento único da empresa Liderança Capitalização Sa., uma das empresas do Grupo Silvio Santos e as revistas que estão em exposição são revistas de celebridades. Outros dois elementos que caracterizam o espaço como um espaço popular.

0:58 – 1:05



Figura 17: Uma das imagens da cena entre os 0:57 e 1:05 minutos do vídeo Galinha.

Nesse outro corte, a câmera foca a Galinha em *close* e podemos vê-la sozinha, e em sua frente uma grade. Podemos ouvir as pessoas dizendo as seguintes frases: “olha onde a Galinha ta mano! Comendo até pedra!” e “essa galinha não pensa”.

Nesta cena observamos mais uma vez a interação Pessoas-Galinha. O vídeo nos mostra a galinha interagindo com o espaço e diversas reações verbais das pessoas.

1:05 – 1:14



Figura 18: Uma das imagens da cena entre os 1:05 e 1:14 minutos do vídeo Galinha.

Temos a primeira cena na qual podemos ver uma pessoa se aproximando da Galinha, uma criança. Primeiro ouvimos a voz da criança dizendo: “olha” e na sequência podemos vê-la se aproximando e mantendo-se próxima do animal. Nesta cena a câmera se levanta e podemos ver a criança, uma mesa com alguns produtos, uma caixa de madeira e em primeiro plano um guarda-sol na diagonal, apoiado no gradeado.

A criança aqui, demonstra que se interessa pelo animal, quer chegar perto, mas não o faz, ocorre a terceira interação Pessoas – Galinha. A grade que vemos nesta cena, fecha alguns pontos do Largo da Batata para o outro lado da rua, fazendo com que as pessoas caminhem até o ponto que termina o gradeado, local onde também existe um semáforo e uma faixa de pedestres.

O discurso que justifica a colocação de grades nas praças e largos da cidade vem do entendimento de que um local de convívio, sociabilização e lazer gradeado, será um local mais seguro.

Praças e largos são espaços localizados dentro do espaço urbano destinados à recreação, uso, lazer dos habitantes da cidade, incluir uma grade neste espaço, demonstra a forma com a qual o poder público resolve questões relacionadas à segurança, segregando a cidade.

1:14 – 1:32

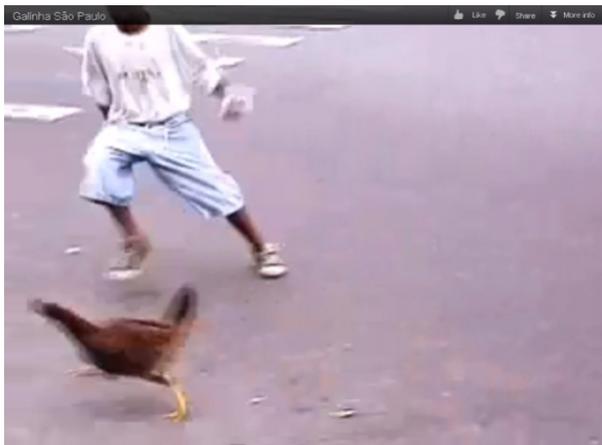


Figura 19: Uma das imagens da cena entre os 1:14 e 1:32 minutos do vídeo Galinha.

Na cena seguinte, entre 1:14 – 1:32 minutos vemos a Galinha correr da calçada para a rua, a câmera a persegue. Nesta cena ouvimos as seguintes frases: “pega a galinha cabelo”, “Aonde é que você vai achar uma galinha agora?”. E anteriormente uma pessoa diz “A minha Galinha!”, “A minha galinha, pô”, “Vai pegar! Pega, pelo amor de Deus, homem! Faz isso não”, “Pega! Pega!”.

Uma pessoa que estava no Largo da Batata e um dos integrantes do grupo BijaRi vão até a rua e com as pernas conseguem conduzir a Galinha de volta para a calçada. Ao final desta cena, podemos ver o primeiro *close* no rosto de uma das pessoas do Largo da Batata.

Podemos observar nesta cena a interação BijaRi- Galinha e Pessoas-Galinha. Aqui “Cabelo” se refere ao apelido de Rodrigo Araújo, integrante do grupo BijaRi. Podemos observar, através das interações verbais que nos são apresentadas que, embora não desassociem o animal vivo do alimento de consumo final, também demonstram certo cuidado, e preocupação com a Galinha. Além da preocupação com a Galinha, podemos observar que com o tempo da ação no local, ocorreu uma relação de afeto entre Pessoas-Galinha.

1:32 – 1:50



Figura 20: Uma das imagens da cena entre os 1:32 e 1:50 minutos do vídeo Galinha.

Nesta cena vemos a Galinha, que acabou de voltar para da rua para o largo, pulando em uma das barracas do Largo da Batata, além da Galinha podemos observar que em cima da barraca existe uma garrafa com a marca Velho Barreiro e algumas vasilhas. Um senhor, ao ver a Galinha em cima da barraca, pega-a pelas penas posteriores. Este senhor segura a Galinha com uma das mãos, com a outra levanta a camisa de uma outra pessoa e tenta colocar a Galinha dentro da camisa desta outra pessoa, não conseguindo, levanta a Galinha para o alto e a solta. Nesta cena podemos ouvir as seguintes frases: “olha ela aqui, vem botar a mão não! É meu!” e “Assa o frango”.

Mais uma cena na qual observamos a interação Pessoas-Galinha, agora de uma maneira mais intensa, na qual a galinha é usada como brinquedo ou como um objeto para provocar a outra pessoa, muito provavelmente seu amigo. Ao contrário das cenas anteriores em que vemos uma preocupação com a Galinha e a demonstração de afeto, aqui podemos observar a Galinha sendo usada para uma brincadeira.

1:50 – 2:13



Figura 21: Uma das imagens da cena entre os 1:50 e 2:13 minutos do vídeo Galinha.

Na cena seguinte entre 1:50 e 2:13 minutos vemos uma pessoa segurando a Galinha, em uma cena na qual a câmera dá um close em um jovem com a Galinha nos braços e cigarro nos lábios. As pessoas interagem com o jovem, ele sorri. Podemos ver ao fundo o entorno do Largo da Batata com carros, ônibus, barraca de frutas, a banca de jornal e muitas pessoas transitando. A câmera dá um close na Galinha sendo segurada pelo jovem. No corte seguinte, um close na Galinha e ao fundo uma placa feita à mão, com a seguinte informação: “boné 3,50”, colada em uma das paredes da banca de jornal.

No próximo corte o jovem ainda com a Galinha nas mãos, está cercado de pessoas, vemos uma das pessoas passar a mão na Galinha, e em seguida, o jovem a acaricia, vemos também uma câmera bem perto da Galinha, filmando-a.

Na sequência, ouvimos uma outra pessoa dizer, “não passa a mão que ela adoce”. O jovem pergunta se é verdade e ao receber uma confirmação da pessoa que o alertou faz um movimento de que iria colocar a Galinha no chão. Mas não podemos confirmar essa intuição, pois a cena é cortada. Nesta cena, também podemos ouvir a frase: “Cadê o cachê da galinha, que é caro”.

Aqui novamente vemos a interação Pessoas-Galinha, BijaRi-Galinha e podemos observar pela primeira vez no filme uma pessoa segurando a Galinha com cuidado, e acariciando-a, levando outras pessoas a acariciá-la também. Na cena final, quando o jovem parece que vai colocar a Galinha no chão, não podemos confirmar essa intuição, pois a cena é cortada.

2:14 – 2:21

Figura 22: Uma das imagens da cena entre os 2:14 e 2:21 minutos do vídeo Galinha.

Vemos na figura de número X com uma tarja preta com o texto “Inserção 2 : Shopping Center Iguatemi”. Nesta cena, vemos a calçada do Shopping Iguatemi, com muitas pessoas transitando pelo local, na sequência aparece as mãos e braços de uma pessoa soltando a Galinha que estava armazenada em uma caixa de papelão.

A primeira cena de “Inserção 2: Shopping Center Iguatemi”, na qual existe uma interação BijaRi-Galinha, no momento de soltá-la, notamos que a caixa de papelão na qual estava armazenada a Galinha é diferente da caixa utilizada em Inserção 1.

Também podemos observar que o sol já está se pondo, o que demonstra que a ação foi realizada primeiro no Largo da Batata e posteriormente em frente ao Shopping Iguatemi, o que contraria o texto divulgado pelo BijaRi em seu site, no qual diz que as duas galinhas foram soltas ‘concomitantemente’ em locais diferentes. Pequeno detalhe, que não abala a 'narrativa' construída para a obra. Analisando o processo do grupo, para esta ação, nota-se que a ação não é documentada, não é uma ação que foi proposta para acontecer no espaço urbano, ela foi pensada para ser um vídeo. A intervenção é registrada, pensando no processo de edição e finalização.

2:22 – 2:24



Figura 23: Uma das imagens da cena entre os 2:22 e 2:24 minutos do vídeo Galinha.

Quando a Galinha sai da caixa, observamos que não é a mesma Galinha que fora utilizada na intervenção 1 : Largo da Batata. É possível notar ou perceber a Galinha em primeiro plano, com a câmera focando apenas nela e ao fundo a fachada do Shopping Center Iguatemi. Vejamos agora com detalhes essa imagem da fachada. Na imagem a fachada do Shopping é coberta de granito e vidro com muitas luzes acesas à luz do dia. Podemos observar também a numeração do Shopping em placa na cor de ouro, algumas árvores e plantas em frente ao Shopping em vasos grandes de barro.

Interessante observar esta cena, que é a primeira cena na qual vemos a galinha no espaço urbano em Inserção 2 tendo como contraponto a primeira cena na qual a Galinha aparece em Inserção 1. Ao invés de barraca de venda de passe, banca de jornal com revistas que tem como assunto principal a vida de celebridades ou até mesmo outros elementos de outras cenas de Inserção 1 como a garrafa de velho barreiro, temos aqui a fachada do Shopping Center Iguatemi revestida de granito e vidro, luzes fortes, placa na cor de ouro e o letreiro do shopping mais tradicional e caro de São Paulo. O Shopping Center Iguatemi foi o primeiro Shopping da cidade de São Paulo, inaugurado em 1966 é atualmente um dos pontos comerciais mais valorizados da América Latina⁵² e está no roteiro dos principais shoppings de luxo da cidade de São Paulo⁵³.

Nesta cena a fachada do Shopping é posta em uma perspectiva que podemos notar o quanto ela é grande em comparação com o tamanho da Galinha. Como se a câmera quisesse nos falar sobre a imponência da arquitetura do prédio e nele as iniciais da marca Iguatemi.

⁵²<http://iguatemi.infoinvest.com.br/ptb/942/Final.pdf> Acesso em 11/10/2012

⁵³<http://ffw.com.br/noticias/moda/o-roteiro-dos-principais-e-futuros-shoppings-de-luxo-de-sp/> Acesso em 11/10/2012

2:25 – 2:31



Figura 24: Uma das imagens da cena entre os 2:25 e 2:31 minutos do vídeo Galinha.

Nesta cena podemos observar a Galinha interagindo com o espaço, ciscando na calçada. É aqui que vemos pela primeira vez as pessoas de corpo inteiro em cena junto com a Galinha, são pessoas passando pela calçada do Shopping.

Aqui acontece a primeira interação Pessoas-Galinha, que se dá através do olhar, numa forma de interação que se dá apenas no plano visual.

2:32 – 2:50



Figura 25: Uma das imagens da cena entre os 2:32 e 2:50 minutos do vídeo Galinha.

Na sequência entre 2:32 e 2:50 minutos de vídeo, a câmera nos mostra em primeiro plano a Galinha ainda na calçada, ao fundo da cena podemos observar a entrada de uma loja e o letreiro na fachada: Tiffany &Co.

A loja em questão está localizada no Shopping Center Iguatemi. Mas podemos notar elatem uma outra entrada, separada da entrada comum do Shopping. A Tiffany &Co. é uma multinacional americana que vende joias para o mercado de luxo por todo o mundo.

⁵⁴Mais uma vez, aqui, podemos fazer o contraponto com o local escolhido pelo grupo para realizar a Inserção 1, o comércio informal versus o mercado de luxo.

O boné sendo vendido por R\$ 3,50 e a fachada da loja de jóias, os dois acessórios, mas com valores bastante diferentes. Observamos também, que mesmo dentro do espaço comum do shopping existe uma ‘grade’, a mesma ‘grade’ que observamos em Inserção 1, servida para dar segurança ao Largo da Batata, aqui ela está na divisão entre a entrada da loja, Tiffany & Co. e a entrada comum do Shopping Center Iguatemi, dividindo espaços que supostamente seriam de uso comum para todos os consumidores do Shopping Iguatemi.

As pessoas, notando a presença do animal, não mudam os passos apressados, mas viram o pescoço para acompanhar a Galinha com o olhar. Aqui a interação Pessoas-Galinha se dá através do olhar e do movimento do corpo, mais precisamente o tronco, para seguir a Galinha.

2:50 – 2:56



Figura 26: Uma das imagens da cena entre os 2:50 e 2:56 minutos do vídeo Galinha.

Nesta cena entre 2:50 – 2:56 minutos a câmera filma a Galinha em primeiro plano e sua movimentação, podemos observar ao fundo da cena, em frente ao shopping um segurança, que neste momento olha para a Galinha e também uma jovem ao fundo, toda vestida de branco.

⁵⁴www.tiffany.com/

2:57 – 3:01



Figura 27: Uma das imagens da cena entre os 2:57 e 3:01 minutos do vídeo Galinha.

Nesta cena podemos observar algumas pessoas passando pela calçada, aqui podemos ver uma área maior do espaço da ação, com a Galinha não mais em primeiro plano. Notamos que duas adolescentes andam pela rua e no momento em que vêem a Galinha, param, e dão meia volta. Aqui também podemos observar outra pessoa, que vinha da direção que a câmera estava posicionada, mudando o trajeto para passar mais longe do local no qual a Galinha estava. Nesta mesma cena podemos observar duas pessoas, uma mulher e um segurança do Shopping, parados, muito próximos da Galinha, com as mãos no queixo.

Podemos observar três formas de interação Pessoas-Galinha: Primeiro as adolescentes se recusam a passar pela mesma calçada da Galinha, posteriormente uma outra pessoa se recusa a passar perto da Galinha, mudando o seu trajeto, o animal vivo fora do seu local comum, causa estranhamento e as pessoas não se aproximam. Não podemos dizer aqui que é a pressa das pessoas que cumprindo os seus trajetos e seus caminhos, é a culpada pela não interação física ou verbal com o objeto, pois nesta mesma cena, observamos duas pessoas, uma mulher e um segurança do Shopping, parados, em frente a Galinha, sem reação alguma. Aqui vemos mais um contraponto com Inserção 1, no qual temos a criança que vê a Galinha e se sente atraída por ela e as adolescentes que vêem a Galinha e se afastam.

3:02 – 3:14



Figura 28: Uma das imagens da cena entre os 3:02 e 3:14 minutos do vídeo Galinha.

Na cena seguinte podemos observar a Galinha e ao fundo a vitrine da loja (Tiffany & Co.) bem iluminada. Podemos ver duas pessoas andando pela calçada, elas iam em direção ao local que a Galinha estava, mas quando vêem a Galinha, elas param. É uma senhora acompanhada de uma jovem que está toda vestida de branco, a mesma jovem que observamos no 02h50 minutos do filme. Esta cena nos mostra as duas paradas por alguns segundos e na sequência elas resolvem seguir o caminho, andam rápido, e a jovem vestida de branco anda do lado mais próximo da Galinha.

Nesta cena, na interação Pessoas-Galinha, as pessoas param, e depois seguem adiante, pelo mesmo caminho, mas mantendo certa distância da Galinha.

A jovem vestida de branco, provavelmente enfermeira ou acompanhante da senhora anda do lado mais próximo da Galinha, como um escudo diante do animal que pode representar um perigo para a sua acompanhante, nos mostra como a galinha é assimilada também como um animal perigoso, passível de causar algum mal para aquela senhora.

3:14 – 3:19

Figura 29: Uma das imagens da cena entre os 3:14 e 3:19 minutos do vídeo Galinha.

Nesta sequência entre 3:14 – 3:19 minutos, a câmera nos mostra um close da Galinha em primeiro plano e ao fundo a vitrine da Tiffany & Co..

Talvez para nos mostrar um pouco mais a fachada de vidro, bem iluminada de uma das mais caras e tradicionais joalherias do mundo.

3:19 – 3:31

Figura 30: Uma das imagens da cena entre os 3:19 e 3:31 minutos do vídeo Galinha.

Neste corte vemos a Galinha na calçada em frente ao Shopping com dois seguranças circulando pelo local. Podemos notar que as mesmas duas pessoas, a mulher e o segurança que estavam com as mãos no queixo estão também neste corte e na mesma posição. Podemos ver também diversas pessoas transitando pela entrada do shopping.

3:32 – 3:33

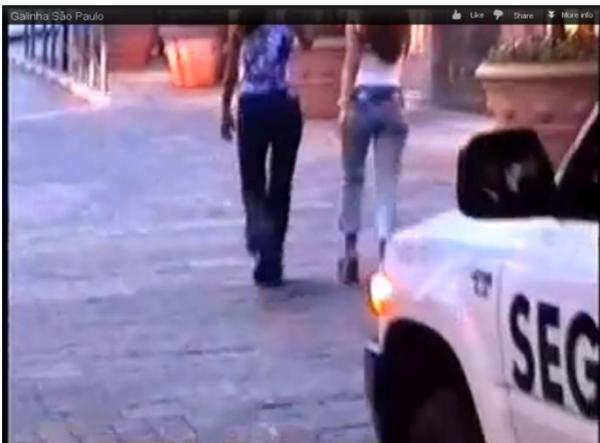


Figura 31: Uma das imagens da cena entre os 3:32 e 3:33 minutos do vídeo Galinha.

Aqui vemos as pessoas passarem em frente ao Shopping, a câmera nos mostra os rostos das pessoas, podemos vê-las mais de perto, na mesma cena vemos surgir um carro em cima da calçada do Shopping Center Iguatemi, com algumas luzes piscando e as letras “Segu” em preto na lataria do carro branco.

3:33 – 3:52



Figura 32: Uma das imagens da cena entre os 3:33 e 3:52 minutos do vídeo Galinha.

Nesta sequência podemos ver a outra parte da inscrição na lataria do carro: “ança”, a porta do carro abre e um homem uniformizado, com rádio nas mãos saído dentro.

Neste momento podemos presenciar a primeira fala durante o vídeo da Inserção 2, o que conseguimos ouvir são alguns trechos da conversa do segurança com algum integrante do grupo BijaRi. Segue o que podemos ouvir: “...estar tirando a galinha daí, que está num espaço...”, e o segurança ainda pergunta “o que vocês estão fazendo?”

Mais uma vez, aqui, podemos fazer o contraponto com o local escolhido pelo grupo para realizar a Inserção 1, tendo como base o elemento ‘grade’. A grade, instalada pelo

poder público no Largo da Batata para ‘segurar’ a vida dos transeuntes é fisicamente visível, já em frente ao shopping temos uma grade invisível, o shopping está sob vigilância e tem o controle daquele espaço público, a sensação é de um espaço livre, uma calçada pública, mas o que vemos acontecer através do vídeo nos mostra que no local existe um controle invisível. E ao contrário de depoimento dado pelo grupo, no que diz que foram abordados por vários seguranças, nas cenas do vídeo podemos observar apenas um segurança.

3:53 – 3:55



Figura 33: Uma das imagens da cena entre os 3:53 e 3:55 minutos do vídeo Galinha.

Nesta cena vemos o segurança entrando no carro, que está com luzes piscando e estacionado em cima da calçada em frente ao Shopping Center Iguatemi.

Ao analisarmos o vídeo, parece-nos muito natural tanto para os transeuntes como para o próprio segurança do local que o carro suba na calçada, estacione e desça do carro para se comunicar com os integrantes do grupo e em sua saída, continue andando pela calçada com os faróis acesos, invertendo a lógica ou a lei de que a calçada é para as pessoas e não para os carros.

3:55 – 3:59

Figura 34: Uma das imagens da cena entre os 3:55 e 3:59 minutos do vídeo Galinha.

Nesta cena vemos duas pessoas pegarem a Galinha e a colocarem na caixa, podemos ouvir a galinha cacarejar. Ao fundo podemos ver o carro da segurança do shopping.

Aqui podemos notar a segunda vez em que há a interação BijaRi – Galinha, vemos um dos integrantes do grupo pegar a Galinha e com a ajuda de um outro integrante, colocam-na de volta na caixa. Aqui também é a primeira vez que vemos a Galinha emitir algum som na Inserção 2.

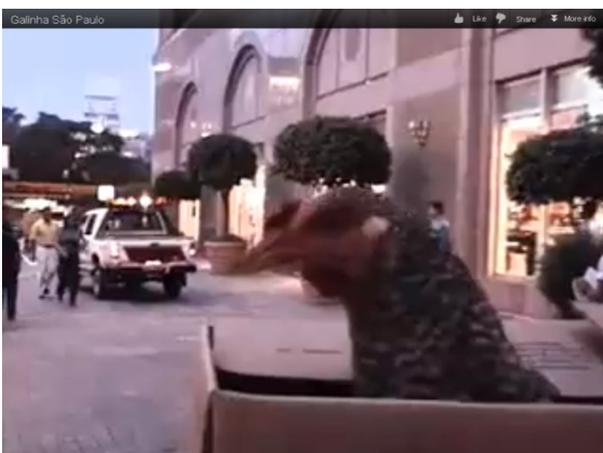
3:59 – 4:21

Figura 35: Uma das imagens da cena entre os 3:59 e 4:21 minutos do vídeo Galinha.

Na última cena podemos observar o carro da segurança do Shopping percorrer a calçada, em um corte a câmera nos mostra a Galinha dentro da caixa, de uma forma que só podemos ver a sua cabeça e pescoço, ao fundo vemos o carro da segurança se afastando do local da ocorrência. Tudo isso tendo como cenário a fachada do Shopping. Nos segundos finais do vídeo ouvimos uma voz ao fundo dizendo: “Só o olhinho, hein”.

Ao final do vídeo que nos mostra a Inserção 2, vemos a galinha presa em uma caixa, ao contrário de Inserção 1 que ao final ela está nos braços de um homem sendo acariciada.

No Youtube até o último acesso para esta pesquisa, o vídeo possuía 840 visualizações e 2 'likes' e 0 'dislikes' e um comentário de três anos atrás que diz o seguinte: “clara a maneira como o segurança do shopping iguatemi age como se a calçada pertencesse ao shopping, apropriando-se do espaço público! isso acontece em diversas outras situações! bares colocando mesas na rua impedindo a passagem de pedestres! imperdoável!” por [chaddbl](#)

3.1.2.1 Galinha em análise: articulando conceitos trabalhados no capítulo teórico.

Neste sub-capítulo apresentamos as interpretações do objeto analisado a partir de revisão bibliográfica e conceitos trabalhados no primeiro capítulo.

cidade como a mediação das mediações

Na época no qual a ação foi realizada, o Largo da Batata era um terminal de transporte público e, por ser um espaço de passagem para as pessoas que saem de suas casas na periferia para trabalharem em regiões centrais da cidade, era também um local com um grande mercado informal frequentado por essa parcela mais pobre da população.

Por outro lado, o Shopping Iguatemi, um dos pontos mais caros da cidade e considerado parte do roteiro do luxo em São Paulo. É a via de acesso aos 'principais' (lê-se maiores e mais ricos) centros comerciais e de negócios da cidade de São Paulo.

Uma mesma avenida, lados opostos. De um lado um mercado popular irregular e de outro, um dos shoppings mais caros da cidade. Através do projeto Galinha, vemos, com muita nitidez, o estado de segregação da cidade, ao invés de uma horizontalidade esperada em todos os espaços públicos.

Nos dois momentos do vídeo, vemos um grau diferente de interação entre Pessoas-Galinha e BijaRi-Galinha. Em Inserção 1 observamos 3 cenas com interações entre BijaRi-Galinha e 6 cenas com interações Pessoas-Galinha, cenas nas quais há a presença de todo tipo de interação: contato físico, visual e interação verbal. Já em Inserção 2, observamos 2 cenas com interações entre BijaRi-Galinha e 4 cenas com interações Pessoas-Galinha, as cenas nas quais o grupo BijaRi interage com a Galinha, são as cenas nas quais vemos eles colocando e retirando a Galinha do espaço e as cenas nas quais vemos as pessoas interagindo, a forma de interação é apenas visual.

Outro detalhe interessante, além dos momentos de inserção e retirada da Galinha do espaço, a presença dos integrantes do grupo não é notada em momento algum na Inserção 2, ao contrário de Inserção 1, na qual aparecem pelo menos 5 vezes.

Em Inserção 1 podemos notar também a Galinha, por diversas vezes correndo, batendo asas, e emitindo sons, respondendo às investidas das pessoas, já em Inserção 2 não vemos nenhuma cena na qual a Galinha corre, bate asas e ela só emite algum som ao final do vídeo quando está sendo guardada novamente na caixa.

Galinha evidencia o tipo de relação que as pessoas tem com o espaço. Quando o BijaRi coloca a galinha no espaço eles estão trabalhando com a noção de público / privado que as pessoas tem do espaço urbano. Da relação que as pessoas tem com as outras pessoas e da relação que as pessoas tem com o animal.

Retomando as ideias articuladas por Lefebvre (2001) apresentada no capítulo 1, na qual a cidade vale por seu uso e o uso na cidade, observamos através do vídeo que no Largo da Batata há espaço para o uso, por mais que as pessoas estivessem atrasadas, por mais que o local também seja considerado um local de passagem, houve o momento da festa do homem polissensorial, o que não ocorre em Inserção 2.

Em Inserção 2 vemos as pessoas interagindo de uma forma muito diferente, recusando-se a ter a experiência 'estética'.

O olhar que o grupo BijaRi nos apresenta através do vídeo, nos leva a crer que o homem mais pobre está mais propício a fazer o passeio experienciador, próximo da noção do flaneur baudelariano no que diz respeito a contemplar a cidade. Nos leva a crer também que o homem mais pobre tem mais potencial em ser o homem polissensorial, nos termos de Lefebvre (2001), que não tem medo de viver na cidade, experienciado-a.

O vídeo também nos mostra de forma visível o controle do espaço urbano pelo poder privado, onde a segurança do Shopping Center Iguatemi em Inserção 2 exige que a Galinha seja retirada do local.

Analisando o vídeo, percebemos também, de uma forma menos visível, como a imposição da arquitetura e planejamento urbano, propostas pelo poder público fazem com que o Largo da Batata, também seja um local segregado, ao gradear o seu entorno.

A lógica de colocar grades nas praças e largos da cidade vem do entendimento de que um local de lazer gradeado, será um local mais seguro, praças e largos são espaço localizados dentro do espaço urbano destinados à recreação, uso, lazer dos habitantes da

cidade, incluir uma grade neste espaço de lazer, uso, passagem, demonstra a forma com a qual o poder público resolve questões relacionadas à segurança, segregando a cidade.

Neste caso, a galinha é um objeto que fica dentro ou que está dentro da zona de conforto – objeto de desejo - , dentro do habitat natural do reduto mais popular, mas penso que se a situação fosse diferente, se colocássemos um outro “elemento analisador de tensões sociais” , um outro dispositivo nos dois locais, como por exemplo, um totem com uma tela touch gigante, algo mais ‘natural’ para a classe média frequentadora do Shopping Center Iguatemi, teríamos outros tipos de interações, reflexões e resultados de análise.

Espaço Urbano Comunicacional Horizontal

O espaço urbano comunicacional horizontal é entendido neste trabalho como o espaço no qual acontece relações de trocas humanas, trocas diretas de informação, objetos e serviço, senso comunitário e cumplicidade entre as pessoas.

O grupo Bijari faz um elogio ao espaço urbano comunicacional Horizontal através do trabalho Galinha.

A ação Galinha evidencia o grau de horizontalidade | verticalidade do espaço urbano comunicacional.

Entendemos o Shopping Center Iguatemi como um espaço urbano com um grau de verticalidade maior, ao passo que o Largo da Batata possui um grau de horizontalidade maior.

Isso pode ser evidenciado através do vídeo, e das relações Pessoas-Galinha, BijaRi-Galinha que acontecem nos dois locais. Talvez se o objeto fosse outro, como um totem interativo com uma tela touch, por exemplo, teríamos evidências diferentes.

A ação Galinha além de evidenciar o grau de horizontalidade | verticalidade dos dois locais, promove a ativação das pessoas e do espaço, em graus diferentes, criando oportunidades de eventos (Santos, 2008) isto é uma das coisas que caracteriza o espaço urbano comunicacional horizontal.

O conceito de Fratura e a potencialização do Espaço Urbano Comunicante Horizontal

O BijaRi, ao escolher um objeto não natural ao local e inseri-lo no espaço, que no caso é urbano, faz com que ocorra a fratura.

O elemento galinha provocou ‘um vínculo comunicativo com os enunciatários, retirando os habitantes de uma mesma rua, do ritmo da cotidianidade, propiciando o ritmo

cheio de novas possibilidades, através do momento estético, operado por meio da fratura. A recepção diante da fratura ocorre de maneira diferente nos dois locais.

Iremos analisar as recepções diante da fratura a partir de alguns dos momentos de interação Pessoas-Galinha elencados no subcapítulo “3.1.1.2 Galinha em análise: registro videográfico”

Em “Inserção 1:Largo da Batata”, podemos observar 6 momentos nos quais nos são apresentadas cenas em que podemos visualizar a interação Pessoas-Galinha. Iremos focar apenas em momentos de interações, nos quais, através do vídeo, podemos observar também as pessoas.

O momento no qual a criança se aproxima da Galinha, nos parece que ela se interessa pelo animal, quer chegar perto, o rodeia, e avança com os olhos. A ‘fratura’ aqui, o objeto Galinha, se situa no plano visual, que nessa dimensão é prolongada pela tatilidade, através do olhar. Ocorre a “apreensão estética” seguida da “fascinação do objeto” (Greimas, 2002).

Nas outras cenas, nas quais ocorre a interação Pessoas-Galinha, a Galinha vira a pauta das ações , como quando um sujeito ajuda a Galinha a voltar para a calçada, ou como quando a usam para uma brincadeira e por último quando a seguram com cuidado e a acariciam, podemos notar que a fratura ocorre como um momento de suspensão do mundo ao redor. Unindo sujeito e objeto, suspendendo o tempo e o espaço, propiciando a retirada do ritmo da cotidianidade para um outro ritmo.

Para Greimas (2002) a fratura está “no distanciamento do que é trivial na leitura, poetizando a vida.” Trazendo para o espaço urbano, diríamos que a fratura aqui está no distanciamento do que é trivial no espaço urbano, poetizando a vida, em Inserção 1, os frequentadores do Largo da Batata participam da ação como testemunhas e a Galinha consegue substituir progressivamente (isso na narrativa observada através do vídeo) a trivialidade do dia-a-dia. No qual as pessoas entram num jogo que proteção, brincadeira, diversão e afeto.

Em Inserção 2: Shopping Center Iguatemi, houveram momentos em que o elemento de fratura sequer foi visto, porém, podemos observar 4 momentos nos quais nos são apresentadas cenas em que podemos visualizar a interação Pessoas-Galinha.

Primeiramente quando as pessoas, na presença da Galinha, passam por ela olhando-a, não diminuindo a velocidade dos passos , viram os pescoços para acompanhá-la com o olhar, aqui a interação Pessoas-Galinha se dá através do olhar e do movimento do corpo que as pessoas fazem para segui-la, é neste momento que o sujeito, vendo algo

estranho, diante do inesperado, ele continua o seu caminho, fecha os olhos por puro reflexo, sem querer, diante da uma possível nova experiência.

Em outro momento, vemos as pessoas diante do objeto da fratura, parando para observá-la e depois disso ou dão meia volta, ou passam por ela, mudando o trajeto, dando uma maior distancia do elemento causador da fratura, se afastando e seguindo adiante suas vidas. Aqui, as pessoas, diante do objeto de fratura, se recusam a experienciá-lo, ficando suspensa a possível realidade oculta.

E por último recusando-o literalmente, pedindo para retirarem o elemento da fratura do local, recebendo a Galinha em choque, como se o objeto ofendesse ou fizesse algo de mal ao espaço no qual está, nos dois últimos casos, diante da fratura, as pessoas deixam a “estesis entreaberta”, que para Greimas é a paixão do corpo não realizada.

A primeira vista a fratura é mais ‘forte’ no shopping Iguatemi, pois o elemento ‘galinha’ é algo que está próximo dos habitantes do Largo da Batata. Mas podemos dizer também que em Galinha Inserção 1 a fratura propõe uma substituição progressiva da realidade. Ocorre a penetração do sujeito no objeto – no mundo imaginário, através da interação com o elemento galinha, pois a “fratura está no distanciamento do que é trivial no cotidiano, poetizando a vida” (Greimas, 2002). Um universo sem relação com a cotidianidade, a qual Greimas (2002) considera como a eficácia suprema do objeto estético.

Reflexões

O vídeo que documenta a intervenção Galinha, nos mostra cenas nas quais há uma construção de pensamento, o vídeo produzido pelo BijaRi, não é um plano sequência da ação, a intervenção foi gravada, escolherem as cenas que melhor representavam o seus pontos de vista e editaram o vídeo, ao final temos uma obra cheia de cortes com os pontos de vista do grupo sendo evidenciados.

Através da documentação videográfica podemos ver a reação das pessoas frente a presença do animal (galinha), a inserção de um elemento estranho ao espaço da metrópole (a galinha) apresenta, de forma magistral, ao nosso ver, o abismo comportamental dos indivíduos nesses diferentes espaços na Av. Brigadeiro Faria Lima. Segundo relatos do grupo, a Galinha no Largo da Batata foi levada para o sítio de uma das pessoas do próprio largo. Em Inserção 1 a galinha termina como hóspede e em Inserção 2 a galinha termina como criminosa.

As duas ações, embora ocorram em locais com características diferentes, são reunidas na narrativa videográfica e, nesse sentido, é através do vídeo que podemos

compreender a obra como um todo. Ao incluir um objeto “estranho” no espaço banal (cf. Santos, 2008 – conceito já visitado por nós no capítulo 1), as pessoas, situadas no local onde ocorre a ação, não têm acesso ao discurso completo.

O vídeo Galinha questiona a horizontalidade | verticalidade dos espaços, de forma irônica, através de uma contra-arte. Ao documentar as duas inserções, nos permite perceber as dimensões políticas do discurso poético do grupo. Como representação de contrastes, o vídeo é uma denúncia da cidade segregada. Em suas imagens, o vídeo nos apresenta os mecanismos de controle do espaço público por uma instituição privada. Também o vídeo revela como no contexto do mercado (Largo da Batata), o espaço público é vivenciado de maneira diversa e mesmo sofrendo, de uma forma menos visível o controle pelo poder público.

3.2 Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo

Em 2004 o grupo BijaRi a convite do SESC São Paulo (Serviço Social do Comércio) participa do Projeto Zona de Ação (Z.A.)⁵⁵, projeto integrante das atividades do Fórum Cultural Mundial de 2004 e do qual participaram diversos coletivos de arte realizando intervenções urbanas nas diferentes zonas da cidade.

Neste projeto foram realizados workshops com os coletivos, palestras com teóricos, apresentações áudio visuais em diversas unidades do SESC, sendo o resultado final das ações apresentado na Galeria SESC Paulista em 27/07/2004 no qual ocorreu um evento de encerramento das ações.

Os coletivos participantes do Zona de Ação foram: A Revolução Não Será Televisada - ARNSTV, Contra Filé, Cobaia, Frente 3 de fevereiro e Grupo Arte Callejero (Argentina) mapeando a cidade, cada grupo escolheu uma área de atuação, realizando intervenções nas 5 zonas da cidade de São Paulo (norte, sul, leste, oeste e centro).

Para o projeto Zona de Ação, todos os grupos fizeram uma fase inicial de pesquisa de campo na qual ocorreu um laboratório de investigação, ação e reflexão coletiva sobre o espaço urbano e as intervenções aconteceram entre maio e julho de 2004. O projeto Zona de Ação teve a participação dos teóricos Suely Rolnik, Peter Pal Pelbart e do ativista Brian Holmes, ambos acompanharam o processo de trabalho dos artistas. Conforme nos mostra o texto no site do Instituto Cervantes:

⁵⁵ O projeto pode ser visualizado na íntegra através do site: <http://www.sescsp.org.br/sesc/hotsites/za/> Acesso em 28/10/2012

“A una fase inicial de investigación (entrevistas a lapoblación y a expertos, filmaciones y fotografías del contexto, procesamiento de datos técnicos, construcción de infografías y cartografías) lesiguíó una propuesta activa de intervención em los contextos_dados.”
<http://cvc.cervantes.es/artes/freshlatino/03/zona-memoria.htm>

O Bijari, escolhendo a Zona Oeste da cidade de São Paulo executou a intervenção ‘Estão vendendo nosso espaço aéreo’ no Largo da Batata - área já tratada nesta dissertação - com o intuito de chamar a atenção para o processo de especulação imobiliária na qual vinha sofrendo a região do Largo da Batata.

Segundo o grupo BijaRi⁵⁶, em 2002 a prefeitura abriu um concurso para escolher a empresa que iria fazer a revitalização urbana do Largo, como desculpa para higienizar o espaço: “a população local e seus hábitos sendo removidos, trocados por espaços “revitalizados” e excludentes, cumprindo os interesses do capitalismo global”.⁵⁷

Sobre **“Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo”**, Vera Pallamin no ensaio “Uma Política do Desentendimento” , diz:

“Estão vendendo nosso espaço aéreo (2004), trabalho que mobilizou várias linguagens como cartazes, atos celebrativos, apresentações multimídia, cartões-postais e balões, centrou-se no largo da Batata, região paulistana tradicionalmente popular, configurada como um importante entroncamento de linhas de ônibus. Remodelada sob novas demandas, inclusive pela inserção de uma estação de metrô, a área passou a ser incluída na venda de títulos de potencial construtivo (Cepacs), os quais figuram entre os procedimentos financeiros mais recentes de valorização imobiliária, implementados nos negócios urbanos entre estado e investidores. A estética da ‘modernização’ da paisagem envolvida nesta operação traz na sua esteira a gradual expulsão dos usuários habituais desses espaços, desestruturando convivências que ali têm se consolidado há décadas.” Vera Pallamin (2008: 2)

Pallamin nos introduz aqui através do trabalho do BijaRi como funciona o CEPACs e a estética da modernização que o envolve.

Os CEPACs são Certificados de Potencial de Construção emitidos pela prefeitura de São Paulo. Antes de sua criação, proprietários de terrenos que queriam construir seu imóvel para além do permitido pela lei de zoneamento, em termos espaciais, deveriam entrar com um pedido na prefeitura a fim de receber autorização mediante análise do local e

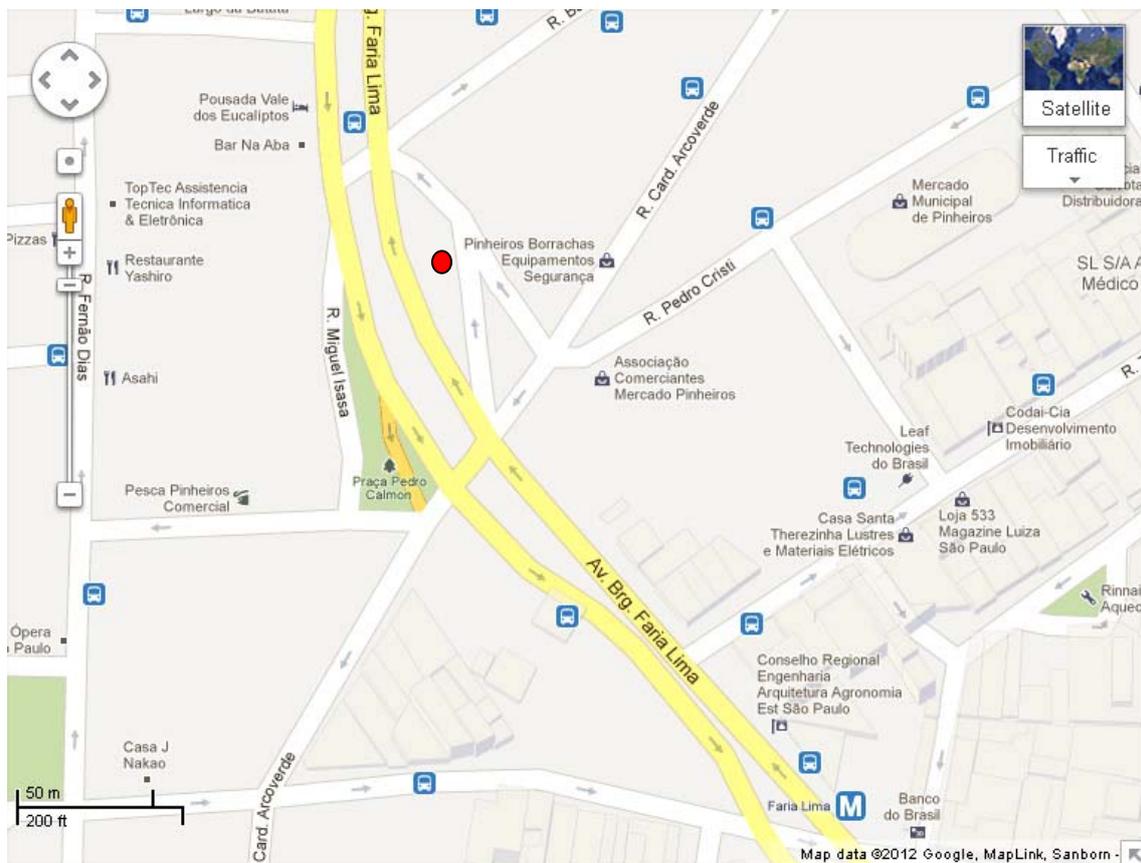
⁵⁶ https://www.youtube.com/watch?v=kvUSYDch_1U

⁵⁷ CMI – Centro de Mídia Independente: <http://lists.indymedia.org/pipermail/cmi-brasil-video/2004-July/0726-ct.html>
 Acesso em 20/09/2012

pagamento de taxa, esse processo era lento e cada situação era analisada de uma maneira. A prefeitura de São Paulo, vendo nesse processo uma oportunidade para gerar verba regularizou-o revisando o processo, resultando no CEPAC. Ao invés de esperar que proprietários recorressem ao município, a prefeitura criou um estoque desses direitos, antecipando os recursos para o seu caixa e agilizando o processo para o proprietário do terreno.

Facilitando o processo de ocupação do espaço aéreo da cidade, os CEPACs podem ser comprados por qualquer pessoa, não apenas construtores e proprietários de imóveis, pois também funciona como uma oportunidade de investimento podendo ser comprados como títulos de investimento na Bovespa. Os recursos arrecadados são utilizados em obras públicas. Através desse procedimento a prefeitura acelera o processo de gentrificação e estimula a especulação imobiliária.

Podemos confirmar, através da imagem abaixo a quantidade de ônibus que circulam no entorno do Largo da Batata (área marcado com um ponto vermelho).



Figura

6: Imagem do Google maps demarcando o Largo da Batata com um ponto vermelho. Na imagem pode-se observar o entorno do Largo da Batata com uma grande quantidade de pontos comerciais e a Av. Brigadeiro Faria Lima passando por ela. Podemos observar também a grande quantidade de ônibus que circulam no seu entorno.

Para esta ação, o BijaRi desenvolveu e produziu cerca de 5000 cartões postais, 1000 balões, cavaletes, panfletos, realizou o que eles chamaram de ‘atos celebrativos’ e apresentações multimídia.

No site do grupo o projeto “Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo” não está classificado, mas segundo entrevistas realizadas com o grupo este projeto se enquadra nas características de “Atentado Poético”, “Arquitetura da Resistência” e “Espaço Crítico”.

Este projeto aconteceu em diversas instâncias: primeiramente discussões, depois pesquisa de campo, as entrevistas com os frequentadores do Largo da Batata, panfletagem, intervenção urbana, exibição do vídeo no Largo da Batata com a presença de músicos, exposição e exibição dos registros na Galeria SESC Paulista e por último temos o registro do projeto: vídeo e imagens divulgados na internet através de sites e do youtube.

Os trabalhos se iniciaram em maio de 2004, em 23 de julho de 2004 houve um ciclo de apresentações audiovisuais no Largo da Batata (início às 18h00) e em 27/07/2004 na Galeria do Sesc Paulista (às 20h00), no qual ocorreu a festa de encerramento das ações. O BijaRi também ministrou um workshop no SESC Pinheiros em 26/06/2004 e no SESC Pompéia em 27/07/2004.⁵⁸

Todas as instâncias parecem se completar e complementarem. Sendo assim, só poderíamos conseguir analisar o projeto de forma mais profunda, em sua completude. Mas na impossibilidade de acessar toda essa matéria prima para analisar como de fato foi a ação *in loco* este trabalho se propõe a analisar a fundo o projeto “**Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo**”, em umas das instâncias: a análise do vídeo.

A documentação videográfica de “**Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo**” é considerada por nós como sendo ‘a obra’ do grupo no seu estado de completude, tendo as ações *in loco*, não menos importantes, mas como parte do processo.

⁵⁸ <http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2004/forumculturalmundial/programacao-interacao.shtml>

3. 2.1 Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo em análise: registro videográfico

Zona de Ação – parte 1

0:00 – 0:09



Figura 36: Uma das imagens dos primeiros 9 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Nos primeiros 0:09 segundos de vídeo podemos ver um texto de apresentação do projeto, são palavras que aparecem na seguinte ordem: Grupo BijaRi -> Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo -> Zona de Ação -> São Paulo -> Brasil. Nesses 0:09 segundos não há som, vemos letras brancas, com círculos da cor laranja e um fundo preto, todas essas imagens vão desaparecendo na tela.

Zona de Ação se refere ao projeto realizado em parceria com os coletivos A Revolução Não Será Televisionada - ARNSTV, Contra Filé, Cobaia, Frente 3 de fevereiro e Grupo Arte Callejero (Argentina), que juntos, realizaram intervenções nas 5 zonas da cidade de São Paulo (norte, sul, leste, oeste e centro). Para o projeto Zona de Ação, todos os grupos fizeram uma fase inicial de pesquisa de campo na qual ocorreu um laboratório de investigação, ação e reflexão coletiva sobre o espaço urbano.

0:09 – 0:16



Figura 37: Uma das imagens da cena entre os 0:09 e 0:16 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Nesta cena, entre 0:09 e 0:16 segundos podemos visualizar em fundo preto e letras brancas os seguintes textos, nesta sequência: “Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo!”: Um caso de gentrificação em São Paulo. E, logo abaixo, o texto: “Our AirSpace Is Being Sold” A Case of Gentrification in São Paulo. E o nome BijaRi

Segundo Eduardo Fernandes, ex-integrante do grupo BijaRi, em entrevista concedida para esta pesquisa, o nome do projeto, “Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo!” se refere a mudança na legislação paulistana que nesta época regularizou a venda do espaço aéreo em alguns locais da cidade de São Paulo através dos CEPACs⁵⁹.

⁵⁹ Os CEPAC (Certificados de Potencial Adicional de Construção) são valores mobiliários emitidos pela Prefeitura do Município de São Paulo, através da SP URBANISMO, utilizados como meio de pagamento de Contrapartida para a outorga de Direito Urbanístico Adicional dentro do perímetro de uma Operação Urbana Consorciada. Cada CEPAC equivale a determinado valor de m2 para utilização em área adicional de construção ou em modificação de usos e parâmetros de um terreno ou projeto.
http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/desenvolvimento_urbano/sp_urbanismo/cepac/index.php?p=19456 Acesso em 24/10/2012

0:16 – 0:26

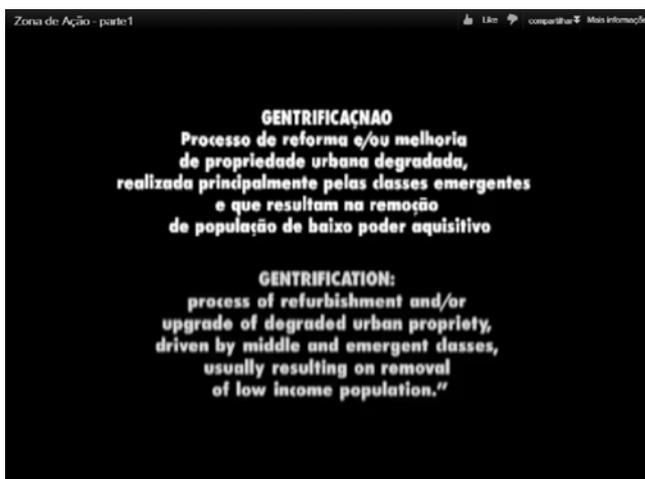


Figura 38: Uma das imagens da cena entre os 0:16 e 0:26 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Nesta sequência, surge o seguinte texto: “Gentrificação, processo de reforma e/ou melhoria de propriedade urbana degradada, realizada principalmente pelas classes emergentes e que resultam na remoção da população de baixo poder aquisitivo”. E abaixo o seguinte texto: “Gentrification, process of refurbishment and/or upgrade of degraded urban propriety, driven by middle and emergent classes, usually resulting on removal of low income population.”

0:26 – 0: 33

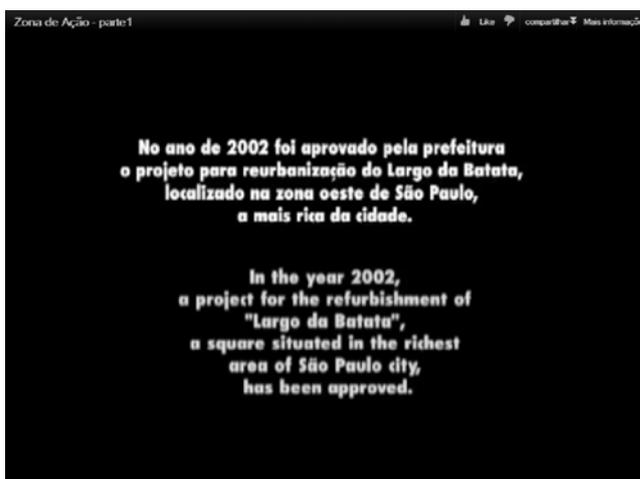


Figura 39: Uma das imagens da cena entre os 0:26 e 0:33 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Aqui, entre os 0:26 – 0: 33 segundos podemos ler, ainda em fundo preto e letras brancas o texto: “No ano de 2002 foi aprovado pela prefeitura o projeto para reurbanização do

Largo da Batata, localizado na zona oeste de São Paulo, a mais rica da cidade.” E abaixo o seguinte texto: “In the year 2002, a project for the refurbishment of “Largo da Batata”, a square situated in the richest área of São Paulo city, has been approved.”

O projeto de reurbanização se refere ao Concurso Público Nacional de Reconversão Urbana do Largo da Batata realizado em maio de 2002⁶⁰, organizado pela IAB | SP Instituto de Arquitetos do Brasil, Departamento de São Paulo e promovido em parceria pela Prefeitura Municipal de São Paulo, a Sempla – Secretaria Municipal de Planejamento Urbano, a Emurb – Empresa Municipal de Urbanização, a Secretaria de Implementação das Subprefeituras e a A.R.PI. – Administração Regional de Pinheiros.

No concurso público, se escolheu o projeto que segundo o ganhador do primeiro lugar, o arquiteto Tito Livio Frascino daria lugar à região “degradada”,⁶¹ que se apresenta o Largo da Batata.

0:33 – 0: 40

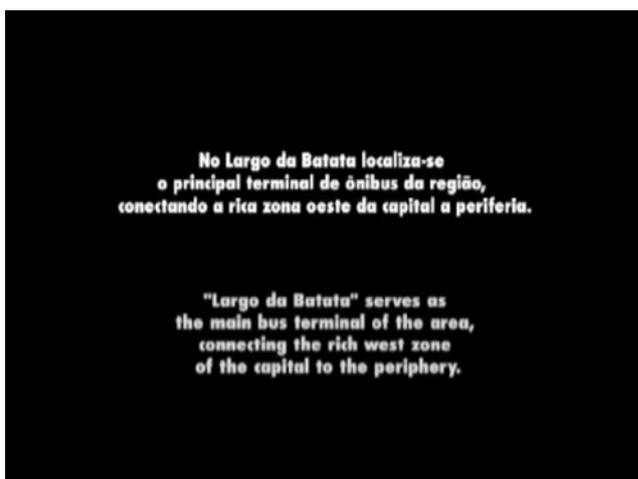


Figura 40: Uma das imagens da cena entre os 0:33 e 0:40 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Nesta sequência podemos ler na tela: “No Largo da Batata localiza-se o principal terminal de ônibus da região, conectando a rica Zona Oeste da capital a periferia.” E abaixo: “Largo da Batata” serves as the main bus terminal of the área, connecting the rich West zone of the capital to the periphery.”

Em 2004 o Largo da Batata era um grande terminal de ônibus no qual transitavam milhares de pessoas por dia.

⁶⁰ Concurso Público Nacional Reconversão Urbana do Largo da Batata. *Projetos*, São Paulo, 02.017, Vitruvius, mar 2002 <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/projetos/02.017/2143>>. Acesso em 24/10/2012

⁶¹ http://www.titolivio.com.br/paginas/largo_da_batata.htm Acesso em 24/10/2012

0:40 – 0: 47

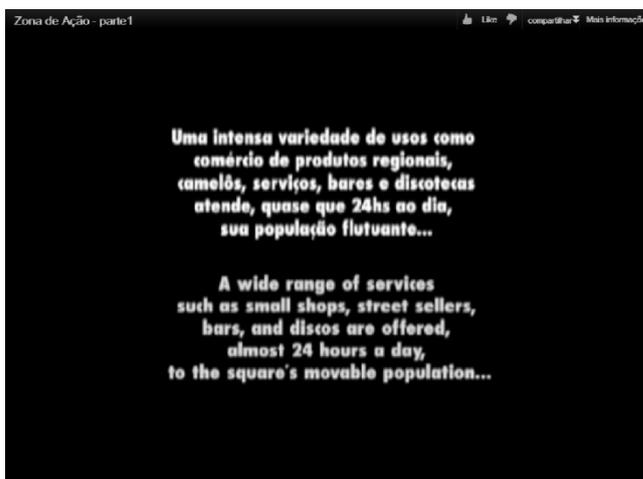


Figura 41: Uma das imagens da cena entre os 0:40 e 0:47 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Nestes 0:07 segundos podemos continuar lendo o seguinte texto: “ Uma intensa variedade de usos como comércio de produtos regionais, camelôs, serviços, bares e discotecas atende quase que 24 horas ao dia, sua população flutuante...” E ainda: “A wide range of services such as small shops, street Sellers, bars, and discos are offered almost 24 hours a Day, to the square’s movable population...”

Como falado em análise anterior, no Largo da Batata em 2004, havia um terminal de transporte público e, por ser um espaço de passagem para as pessoas que saem de suas casas na periferia para trabalharem em regiões centrais da cidade, era também um local com um grande mercado informal frequentado por essa parcela mais 'simples' da população. Espaço com grande diversidade cultural.

0:47 – 0: 54



Figura 42: Uma das imagens da cena entre os 0:47 e 0:54 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Nesta cena, ainda em tela preta e letras brancas vemos o seguinte texto: “Principalmente a população de classe média e baixa, imigrantes nordestinos que buscam na cidade grande, melhores oportunidades de vida.” E abaixo: “mainly poor immigrants from the North that fled their homeland and moved to the periphery of the big city, looking for better job opportunities.”

Como as regiões centrais da cidade são as regiões mais caras, não apenas em termos de valor de m², mas também de produtos mais caros para alimentação, lazer e etc, as pessoas que possuem menos dinheiro moram em locais periféricos, ou seja, afastados do centro dos acontecimentos, tendo que fazer longas viagens diariamente, para chegarem aos seus trabalhos e terem acesso à cultura e lazer.

Pois é também na região central que existe um maior número de empregos e atividades culturais, todo esse processo está vinculado aos processos de gentrificação e especulação imobiliária, que dentre outras coisas, faz com que a cidade se torna mais segregada.

0:54 – 1:04

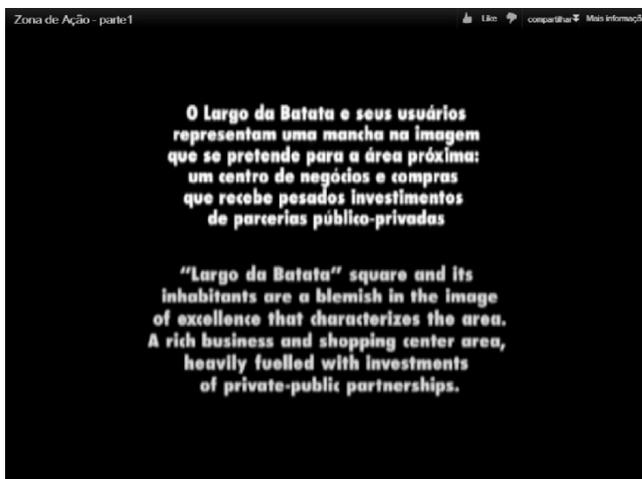


Figura 43: Uma das imagens da cena entre os 0:54 e 1:04 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Nesta cena visualizamos o seguinte texto: “O Largo da Batata e seus usuários representam uma mancha na imagem que se pretende para a área próxima: um centro de negócios e compras que recebe pesados investimentos de parcerias público-privadas.” E abaixo: “Largo da Batata” square and Its inhabitants are a blemish in the image of excellence that characterizes the área. A rich business and shopping Center área, heavily fuelled with investments of private-public partnerships.”

Segundo Marta Maria Lagreca de Sales superintendente de desenvolvimento da EMURBE (Empresa Municipal de Urbanização), em entrevista para a revista Exame⁶² em dezembro de 2002, o Largo da Batata era um local visivelmente degradado :

“A degradação do local tornou-se mais visível por causa do contraste com a prosperidade do entorno -- dois terços dos 62 000 habitantes de Pinheiros pertencem às classes A e B. Nos últimos anos, com o prolongamento da Faria Lima, a região ganhou modernos edifícios residenciais e empresariais. "O largo acabou virando uma área isolada, excluída da atualização da Faria Lima e da Pedroso de Morais.”

Nesta mesma entrevista ela diz que o primeiro passo para a reurbanização do local será a transferência do terminal de ônibus para uma rua próxima à marginal Pinheiros, a Rua Capri.

1:04 – 1:11

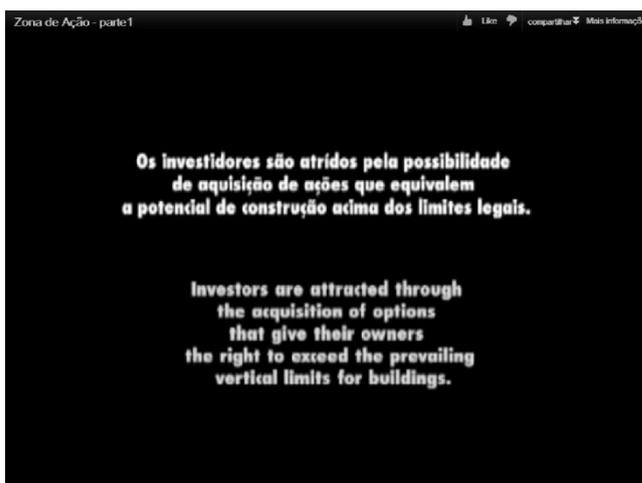


Figura 44: Uma das imagens da cena entre os 1:04 e 1:11 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Aqui vemos o texto: “Os investidores são atraídos pela possibilidade de aquisição de ações que equivalem a potencial construção acima dos limites legais.” E abaixo: “Investors are attracted through the acquisition of options that give their owners the right to exceed the prevailing vertical limits for buildings.”

Este texto se refere aos CEPACs serem documentos de investimento comercializados na Bovespa. Podemos observar que essa sequência de textos apresentados videograficamente é uma forma de introduzir o problema e a visão do BijaRi acerca dele para os espectadores.

⁶² <http://exame.abril.com.br/economia/noticias/pinheiros-o-largo-da-batata-m0043580> Acesso em 24/10/2012

1:11 - 1:20

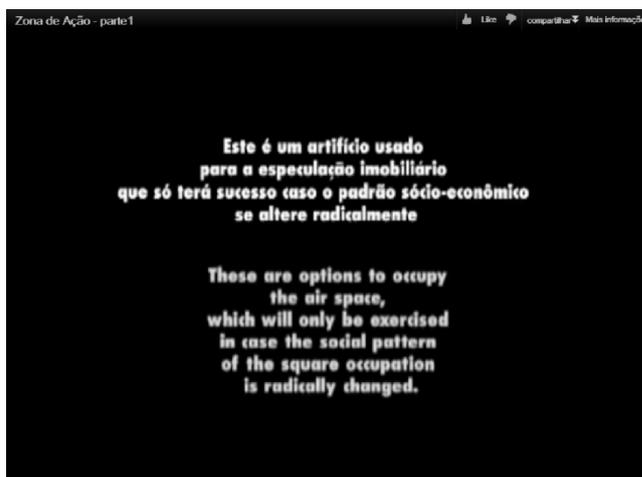


Figura 45: Uma das imagens da cena entre os 1:11 e 1:20 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Nesta cena, podemos ver : “Este é um artifício usado para a especulação imobiliária que só terá sucesso caso o padrão sócio-econômico se altere radicalmente.” E abaixo: “These are options to occupy the air space, which will only be exercised in case the social pattern of the square occupation is radically changed.”

1:20 – 1: 28

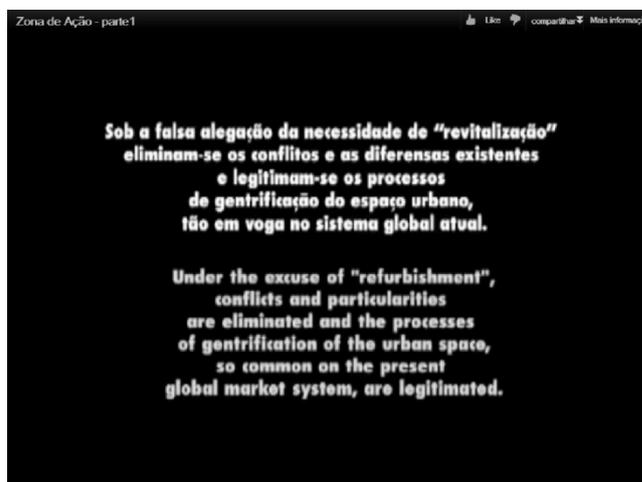


Figura 46: Uma das imagens da cena entre os 1:20 e 1:28 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Nesta sequência entre 1:20 e 1:28 minutos podemos ler : “Sob a falsa alegação da necessidade de ‘revitalização’ eliminam-se os conflitos e as diferenças existentes e legitimam-se os processos de gentrificação do espaço urbano, tão em voga no sistema atual global.” E abaixo: Under the excuse of ‘refurbishment’, conflicts and particularities are eliminated and

the processes of gentrification of the urban space, so common on the present global market system, are legitimated.”

1:28 – 1:40



Figura 47: Uma das imagens da cena entre os 1:28 e 1:40 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Inicia-se uma música de fundo e surge uma imagem, um mapa em linha branca no fundo preto e na sequência aparece: Cidade de São Paulo -> uma mancha laranja dentro do mapa -> um círculo nesta mancha -> uma linha desenhada na horizontal -> Zona Oeste -> area de intervenção Largo da Batata. A intervenção no Largo da Batata é uma intervenção contra uma outra intervenção.

1:40 – 1:53



Figura 48: Uma das imagens da cena entre os 1:40 e 1:53 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Aqui com uma música diferente, podemos observar uma sequência de imagens de barracas na rua, logo no primeiro frame podemos ler na primeira barraca: “Compro e vendo passe, ônibus, metro”. Depois uma loja de CD’s com places nas quais podemos ler: “CD’S R\$ 7,99”, “CD’S R\$ 6,99” e “CD’S R\$ 9,99” e a silhueta de violões presos no teto. Na sequência um close em uma pessoa assando milho na rua.

Nesta primeira cena podemos notar como o Largo da Batata tem uma vida, uma organização com comércio informal e venda de produtos de baixo preço. A mesma cena que vemos na análise anterior, vemos aqui com a venda e compra de ‘passe de ônibus’, ambulantes vendendo e fazendo comida.

1:53 – 2:00



Figura 49: Uma das imagens da cena entre os 1:53 e 2:00 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Nesta sequência nos são mostradas placas com as seguintes palavras, nesta mesma ordem: 1 – Nas cores amarelo, branco e azul vemos em letras brancas e pretas: 702-P | 10 | Term. Penha | Pinheiros | Rua Rodovalho Jr. | Av. Celso Garcia | Largo da Concórdia | Av. Senador Queiróz | Rua Augusta | Av. Europa; 2 Nas cores azul, branco e cinza, vemos em letras brancas e pretas: 107 – P | 10 | Mandaqui | Pinheiros | Rua Vol. da Pátria | Av. Tiradentes | Pça. Da República | Rua Augusta | Al Gabriel Monteiro da Silva | Av. Brigadeiro Faria Lima; 3 – Nas cores vermelho, branco e cinza vemos em letras brancas e pretas: 647 – P | 10 | Cohab Adventista | Pinheiros | Av. Ellis Maas | Av. Agostinho Rubim | Av. Mara Coelho Aguiar | Terminal João Dias | Av. Brigadeiro Faria Lima | Largo da Batata. Aqui podemos ouvir alguns trechos de uma música ao fundo: “eu tava no namoro, eu tava namorando”.

A música de fundo é “Farinhada” do Luiz Gonzaga e as placas, se referem às placas dos ônibus que circulam no terminal, nos mostrando os trajetos, o itinerário de todos os

ônibus e os nomes dos ônibus. Podemos notar abaixo, pelos mapas, os longos trajetos e o tempo que cada um desses ônibus leva para chegar até a região central da cidade.

“Terminal Penha -> Pinheiros”;

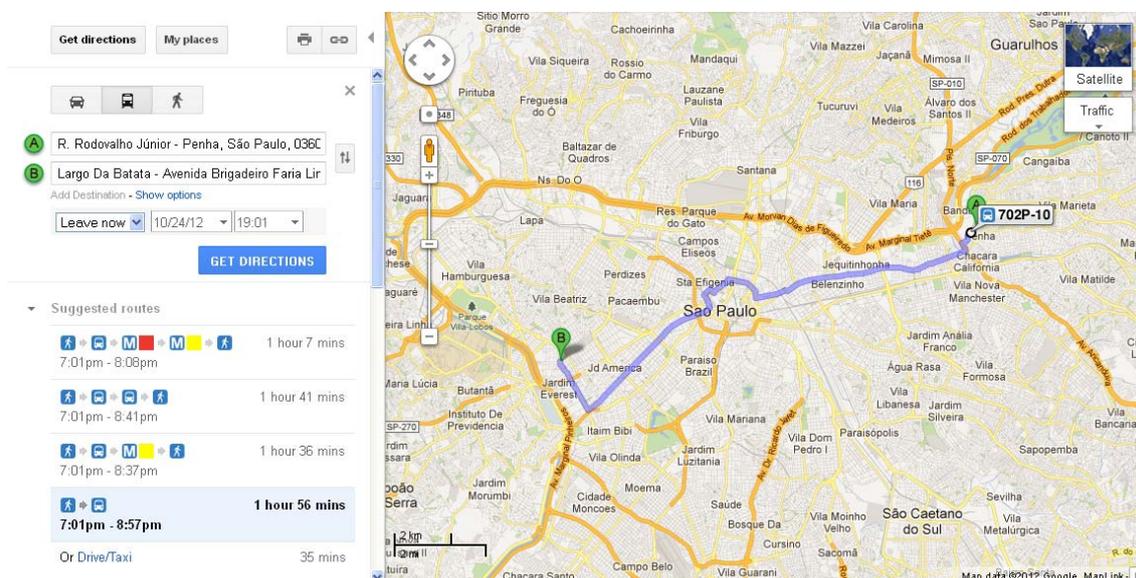


Figura 50: Imagem extraída do aplicativo Google maps que apresenta o percurso que o ônibus faz entre o bairro da Penha até Pinheiros.

“Mandaqui-> Pinheiros”;

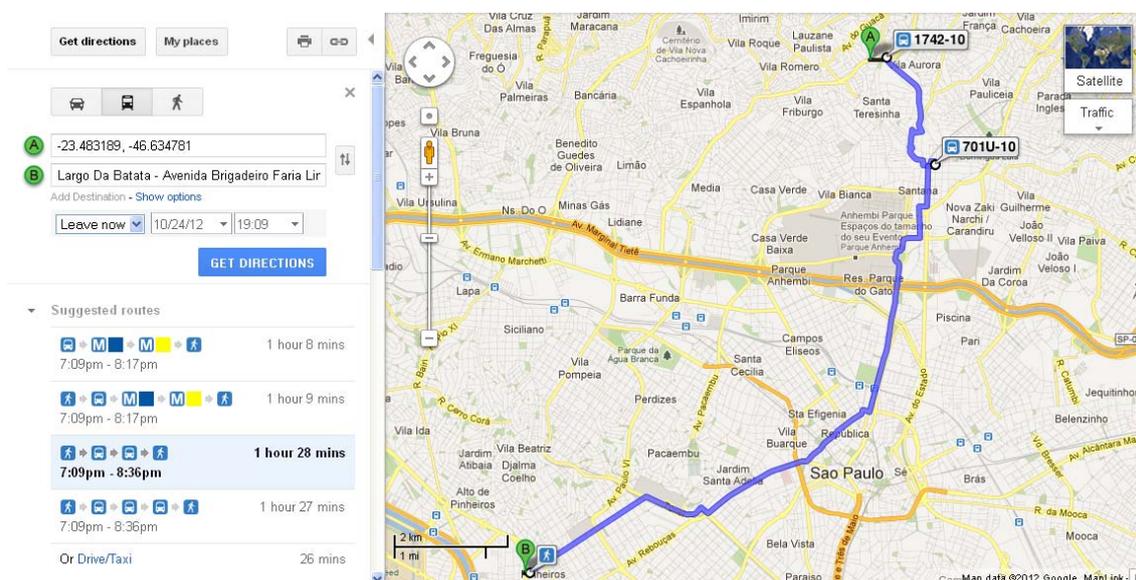


Figura 51: Imagem extraída do aplicativo Google maps que apresenta o percurso que o ônibus faz entre o bairro do Mandaqui até Pinheiros.

“Cohab adventista-> Pinheiros”;

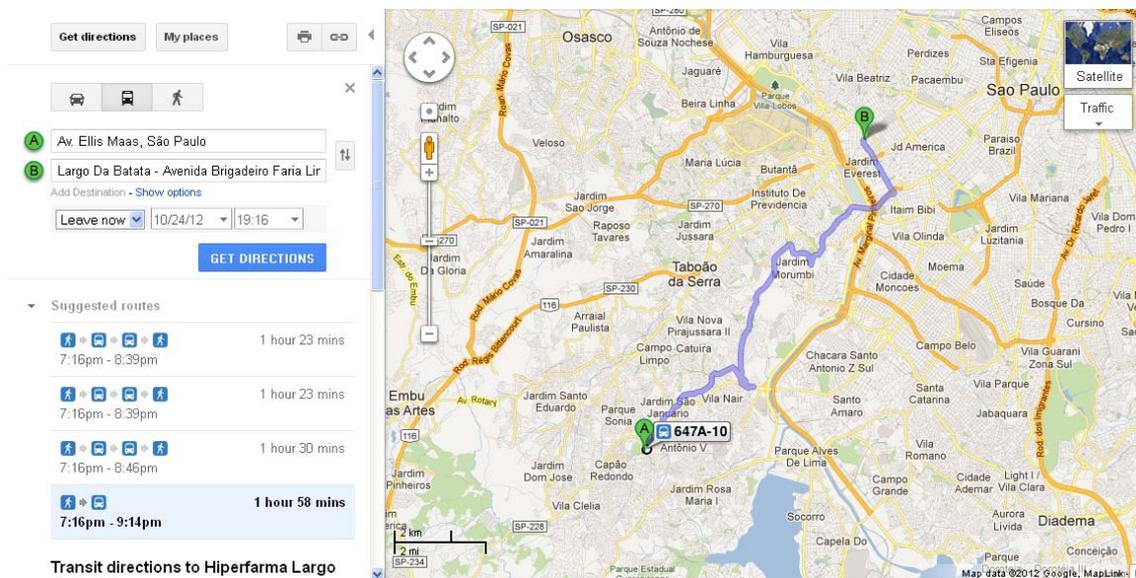


Figura 52: Imagem extraída do aplicativo Google maps que apresenta o percurso que o ônibus faz entre o bairro da Cohab até Pinheiros.

Podemos notar que a maior parte das cenas foi gravada durante o dia, talvez para dar ênfase a esta cena, como um local de passagem durante o dia para milhares de pessoas.

2:00 – 2:54

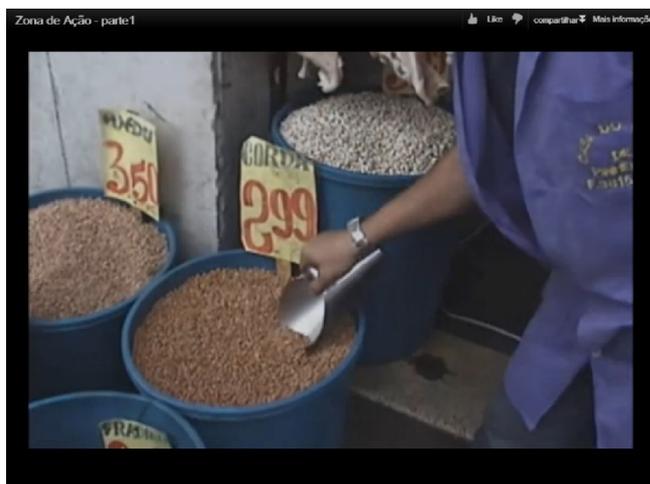


Figura 53: Uma das imagens da cena entre os 2:00 e 2:54 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Nesta longa sequência nos são mostradas cenas em que vemos, nesta mesma ordem: 1- uma loja de CD'S com uma placa sendo filmada em primeiro plano, com a seguinte inscrição: “saldão R\$ 2,99”, nas cores vermelho e amarelo; 2 – alguns baldes azuis com grãos dentro deles e placas nos baldes, só podemos visualizar uma das placas que diz: “Corda 2,99”,

nesta cena uma pessoa uniformizada esta pegando um pouco de corda de dentro do balde; 3 – vários tecidos coloridos; 4 – imagens da frente de ônibus, no qual podemos ler os seus nomes: “estrada de itapecerica”, “pinheiros” e uma placa com: “Term. Parque Dom Pedro”. 5 – um close em um milho sendo assado; 6 – a imagem de uma santa; 7 – uma pessoa em frente a uma barraca com muitas frutas, colocando um pedaço de melancia em um saco plástico; 8 – nos são mostrados três ônibus, em sequência com os seguintes nomes em sua frente: Pinheiros, Butantã e Lapa; 9 – ao final da cena a câmera vai dando close em uma santa vermelha que está na prateleira de uma loja; 10 – vemos pessoas andando; 11 – uma churrasqueira pegando fogo e atrás dela uma inscrição: “ouro”.

A música de fundo continua e podemos ouvir, da música:

“Eu tava penerando
Eu tava de namoro
Eu tava namorando

Na farinhada
Lá na serra do Teixeira
Namorei uma cabocla
Nunca vi tão feiticeira

A meninada
Descascava a macaxeira
Zé Migué no caititu
Eu e ela na penera

O vento dava
Sacudia a cabelera
Levantava a saia dela
No balanço da penera

Fechei os óio
E o vento foi soprando
Quando deu um ridimuinho
Sem querer tava espiando”

Nesta cena nos são mostrados duas estátuas femininas, uma delas é Iemanjá vestida de azul e a representa Exú, um orixá africano com os cabelos pretos e a pele vermelha, estas imagens nos mostra que na região existe uma venda de produtos voltados a outras religiões que não a católica tradicional brasileira. O produto que nos é mostrado no galão azul de nome corda, se refere ao feijão de corda, proveniente do Nordeste e da região Amazônica⁶³.

⁶³ <http://pt.wikipedia.org/wiki/Feij%C3%A3o> Acesso em 28/10/2012

Através do vídeo nos é mostrado uma comida típica da região nordeste e uma música de Luiz Gonzaga, sendo cantada por ele e Elba Ramalho, sinônimos da música tradicional nordestina.

2:54 – 3:01



Figura 54: Uma das imagens da cena entre os 2:54 e 3:01 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Nesta cena, vemos três pessoas, dois homens e uma mulher. Um dos homens diz: “sou compositor, sou pintor, sou electricista e estou morando na rua”.

Ao fundo da cena podemos observar caixas de madeira, uma barraca de metal, e carros passando. Nos é mostrado um pessoa que diz que tem múltiplas funções, ou múltiplos empregos nos mostrando que ele muito provavelmente não trabalha em condições convencionais, como com registro e carteira assinada.

3:01 – 3:11



Figura 55: Uma das imagens da cena entre os 3:01 e 3:11 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Aqui, o rosto de um homem em close, ouvimos o seguinte diálogo: BijaRi: “de onde você vem? Resposta: “Da Paraíba”. BijaRi: Da Paraíba? Resposta: “Bem, para começar eu mandaria dizer que, quem ta por lá, fique por lá mesmo. Porque aqui o negócio tá difícil. BijaRi: “é duro”, Resposta: “é duro”.

Nesta cena notamos que o senhor é entrevistado, agora podemos perceber como se deu a dinâmica das filmagens, com as pessoas sendo entrevistadas. Uma pesquisa de campo do grupo para finalizar em um projeto maior. Uma contraposição à forma com a qual o projeto de revitalização trabalhou, não entrevistando as pessoas que usam o espaço, não os consultando.

3:11 – 3:16



Figura 56: Uma das imagens da cena entre os 3:11 e 3:16 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Outra cena na qual temos o rosto de um homem em close e podemos ouvir o seguinte diálogo: BijaRi: “de onde você vem? Resposta: “Do Piauí”. BijaRi: E pra onde você ta indo? Resposta: “Pro Campo Limpo, rapaz”. Aqui podemos observar muitas pessoas circulando pelo espaço.

Aqui o BijaRi pergunta ao senhor se ele é da Bahia, e o senhor o responde que é do Piauí. Nos mostrando que na pesquisa de campo era importante saber a origem das pessoas e o local que elas residiam na cidade de São Paulo.

3:16 – 3:22



Figura 57: Uma das imagens da cena entre os 3:16 e 3:22 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Nesta cena vemos uma pessoa cortando uma carne que está espetada na vertical dentro de um aparelho de metal e vários pães ao lado. O diálogo com este homem é o seguinte: BijaRi: “Você é da onde? Da Bahia?” Resposta: “É... Moro em Itaipicirica da Serra. Já Ouviu falar já?”.

O rapaz está preparando um churrasco grego, ou a versão brasileira do churrasco grego, que é preparada por vários bifês de capa de filé, prensados e colocados em um espeto giratório. A carne é cortada em pedaços pelas arestas e servida dentro de um pão francês. O churrasco grego é um símbolo de comida popular em São Paulo.

3:22 – 3:47



Figura 58: Uma das imagens da cena entre os 3:22 e 3:47 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Nesta cena, uma senhora que esta ao lado de uma plataforma com várias laranjas e caixas de madeira ao fundo, responde as perguntas, o dialogo é o seguinte: “Nordestino mais, bahiano, mineiro né? É o pessoal que passa aqui mesmo”. BijaRi: E você veio da onde? Resposta: “Eu? De Minas”. O entrevistador faz outra pergunta que foi cortada na edição – Resposta: “ É porque é caminho né, ponto final dos ônibus que vão pros bairros. Como o Rio Pequeno, o Taboão da Serra, Osasco né. Então é o caminho e tem que passar pelo Largo da Batata”. BijaRi: “E a senhora mora aonde aqui?” Resposta: “Eu moro em Osasco”.

Primeiro um morador de rua desempregado, depois imigrantes da Paraíba, Pernambuco, Piauí, Bahia e Minas Gerais, são as pessoas que são entrevistadas pelo grupo. Aqui temos um momento do vídeo, que nos mostra de onde vêm as pessoas que trabalham no Largo da Batata, a maioria dos entrevistados é da região nordeste.

3:47 – 3:51



Figura 59: Uma das imagens da cena entre os 3:47 e 3:51 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Um senhor que está em frente a uma barraca diz: “Aonde ele puser nós, a gente tem que ir, vai fazer o que? Eu tenho documentação da barraca né”.

Aqui, a partir desta cena podemos notar que se trata de um comerciante, possuidor de alvará para trabalhar no Largo da Batata e que existem muitos camelôs que não possuem alvará e que também trabalham na região. No seu discurso podemos notar que existe uma diferença, uma tensão entre os possuidores e alvará e os que não. O que nos leva a entendimento de que o Largo da Batata já era um espaço que estava sendo comercializado, mas de uma forma orgânica.

3:51 – 3:56

Figura 60: Uma das imagens da cena entre os 3:51 e 3:56 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Um policial uniformizado diz: “Os camelôs vão ser removidos talvez, eu acho que vão pra outro lugar... e acabam se instalando em outros lugares”.

3:56 – 4:08

Figura 61: Uma das imagens da cena entre os 3:56 e 4:08 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

O mesmo senhor da cena 3:47 – 3:51 minutos é filmado dizendo: “Não é justo você pagar imposto, pagar CCM, pagar tudo e outros que não pagam. Trabalham na sua frente, com liberdade e tudo. Então você veja bem”.

Aqui, nesta cena, CCM se refere ao Cadastro de Contribuintes Imobiliários⁶⁴ da Prefeitura de São Paulo, devem se cadastrar e contribuir com o CCM pessoas que realizem

⁶⁴ <http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/financas/servicos/ccm/index.php?p=2368> Acesso em 24|10|2012

trabalho alguma atividade econômica sem vínculo empregatício pagando o tributo mobiliário, como “ISS⁶⁵ e as taxas pelo exercício do poder de polícia (taxas de fiscalização).”

4:08 – 4:15



Figura 62: Uma das imagens da cena entre os 4:08 e 4:15 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Voltamos a ver o mesmo policial da sequência 3:51 – 3:56 minutos e ele diz: “Eles vão tá remanejando, locomovendo para outro local, mas não tem solução, eles voltam pro local de origem”.

A partir do depoimento do policial, observamos que este comércio informal que nasceu organicamente, em um modelo de baixo pra cima possui uma inteligência, os camelôs e comerciantes sabem que o espaço é um bom local para a comercialização de produtos, motivo pelo qual retornam ao local de origem.

4:15 – 4:34



Figura 63: Uma das imagens da cena entre os 4:15 e 4:34 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Vemos novamente o mesmo senhor das sequências 3:56 – 4:08 minutos e 3:47 – 3:51 minutos, dizendo: “Que nem ali embaixo, ali embaixo não pagam nada. Meteram a barraca na minha frente ali e ninguém toma providência nenhuma. Porque eles não arrumam, não dá documento pra todo mundo? Tem que dar documento pra todo mundo! Porque os outros não é melhor do que ninguém. Todo mundo precisa ganhar o seu pão de cada dia né”.

Podemos observar que existe uma tensão interna no próprio Largo da Batata, entre aqueles que possuem alvará e os que não possuem.

4:34 – 5:02



Figura 64: Uma das imagens da cena entre os 4:34 e 5:02 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Agora vemos uma senhora em cena, atrás dela podemos observar uma faixa e nela escrito: “Refrigerante Dolly R\$ 1,00”, “Temos”, “Vitaminas R\$ 2,00”, “Pão c/ Manteiga R\$

0,60”, “Pão c/ Calabresa R\$ 1,50”, “Hot-Dog R\$ 1,00”, “X – Salada R\$ 2,50”, “Misto Quente”. A senhora está acompanhada de uma criança toda vestida de rosa que segura um brinquedo em suas mãos. No depoimento ela diz o seguinte: “O Largo da Batata pra mim é tudo de bom. Aqui é o meu local de trabalho, sempre trabalhei aqui no Largo da Batata”. “Então ele falou pra gente que queria igualar o Largo da Batata, porque aqui, a maioria do pessoal que vem aqui, era tudo de pobre, entendeu? Então o pessoal que fica lá na parte dos ricos não vem pra cá, entendeu? Então ele queria juntar, Faria Lima ser Faria Lima... Eu mesmo se tirar esse Largo da Batata vou viver do quê? Me diz...”

Esta cena já nos situa a classe social, com os valores dos alimentos marcados na placa atrás da entrevistada. Interessante quando a entrevistada diz ter ouvido dizer que a Faria Lima tinha que “ser” Faria Lima, vindo do entendimento de que aquele pedaço da região não faz parte da região, como uma ferida, uma deficiência do local. Mostrando que os trabalhadores locais tem consciência que o largo da batata era uma fratura no projeto de espaço e sociedade daquela região, isso talvez explique porque eles não lutaram avidamente para se manter lá. Embora notemos, através de seu depoimento que existe também uma relação de afeto com o local.

Analisando todos os entrevistados percebemos que nenhum deles foi identificado nas entrevistas.

5:02 - 5:24



Figura 65: Uma das imagens da cena entre os 5:02 e 5:24 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

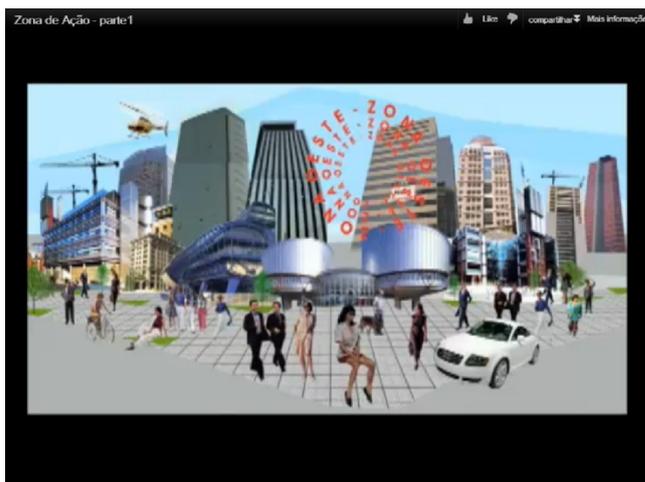


Figura 66: Uma das imagens da cena entre os 5:02 e 5:24 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

A próxima cena é da imagem do Largo da Batata, na qual o vemos cheio de placas, pessoas com roupas coloridas, e um letreiro em vermelho ao fundo, nele podemos ler “zona oeste”. As placas aos poucos vão desaparecendo e com elas desaparece tudo que existe no Largo da Batata, no vazio espacial vemos surgir prédios, antenas, guindastes, pessoas com roupas monocromáticas, um helicóptero um carro branco importado da marca audi.

É uma sequência, animação, stop motion na qual o Largo aparece cheio de placas do comércio informal e que vão sendo retiradas e entram no lugar imagens de prédios espelhados, shoppings, antenas, helicópteros, executivos em ternos e *tailleurs*. Aqui de forma didática, ilustrativa e irônica o BijaRi mostra como acreditava que seria o processo de revitalização do Largo da Batata.

5:24 – 6:01



Figura 67: Uma das imagens da cena entre os 5:24 e 6:01 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Na sequência aparecem cenas de ruas e uma sequência de frases: “Município Muito endividado”, com cenas de reformas, prédios sendo construídos, homens trabalhando e uma tonel gigante com a marca “VOTORAN”. Surge na tela a segunda frase: “Para fazer as obras a prefeitura cria parcerias com o setor privado”, com imagens de prédios espelhados e placas de aluga-se, uma placa no formato triangular na cor vermelha, outra placa em um prédio e nela escrito: “John Lang – Andares disponíveis – 3043-6955”; uma outra placa em um prédio: “Richard Ellis – Edifício Birmanh 31 – informações – 5185-4688”; uma placa azul e branca escrito : “H. Lafer”; . a frase seguinte é: “Jacarés a solta...”, com cenas de prédios e homens trabalhando. A última frase desta cena é: “Financiamento = pressão por mudanças nas leis” e surgem imagens de uma avenida, com máquinas, e homens trabalhando. As frases aparecem em letras brancas, ocupando uma boa parte da tela e em fundo transparente amarelo.

Nesta cena as marcas que aparecem são: Votoran, o triangulo vermelho é a marca da Gafisa. A Votoran é a Votorantim Cimentos é uma das dez maiores empresas globais de cimento, concreto e argamassas, material indispensável para a construção civil. E a Gafisa é uma Incorporadora e construtora líder no mercado brasileiro.

As placas que nos são mostradas são das empresas “John Lang e da “Richard Ellis, John Long é uma consultora imobiliária que presta Serviços de gerenciamento de imóveis comerciais e investimentos imobiliários. E a Richard Ellis outra grande empresa, multinacional do mercado imobiliário que também presta Serviços de gerenciamento de imóveis comerciais e investimentos imobiliários.

6:01 – 6:36



Figura 68: Uma das imagens da cena entre os 6:01 e 6:36 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

A primeira frase que surge na tela nesta cena é: “invenção do CEPAC⁶⁶. Especulação!!!” e na sequência: “Espaço urbano vendido em leilões”, “Pressão por mudanças nas leis”, continuam com cenas de ruas, fachadas de prédios, e vemos terceira frase da cena: “Construção de um mundo ‘melhor’ e “Melhor pra quem?? Para o povo ou a elite?”, com cenas de fachadas de bancos, prédios sendo filmados de seu topo até o térreo.

Aqui, claramente o BijaRi mostra o seu posicionamento contra a criação dos CEPACs, no qual, segundo eles, grandes empresas enriquecem às custas da gentrificação e da especulação imobiliária e o poder público, contribuindo para este processo com o intuito de viabilizar outras obras alegando a melhoria da qualidade de vida da população, fato que também nos parece contraditório.

6:36 – 7:00

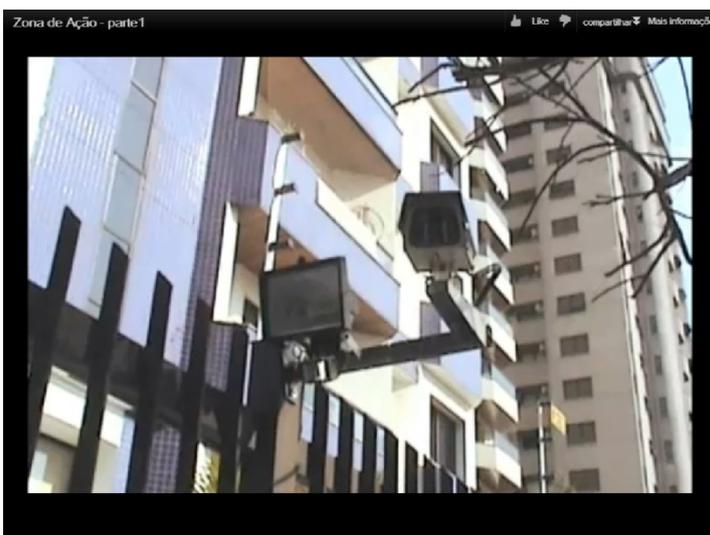


Figura 69: Uma das imagens da cena entre os 6:36 e 7:00 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Esta cena se inicia com um close em uma placa cravada em um muro, com as palavras: “perigo – pro –t –cerca, multlock”, surgem cenas de prédios novamente e a seguinte frase: “Espaço cercado, você vigiado e controlado” na sequência cenas de câmeras de vigilância nas fachadas dos prédios. Denunciando o controle do espaço urbano pelo poder privado.

⁶⁶http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/desenvolvimento_urbano/sp_urbanismo/cepac/index.php?p=19456 - Certificados de Potencial Adicional de Construção acesso em 19/09/2012

7:00 – 7:07

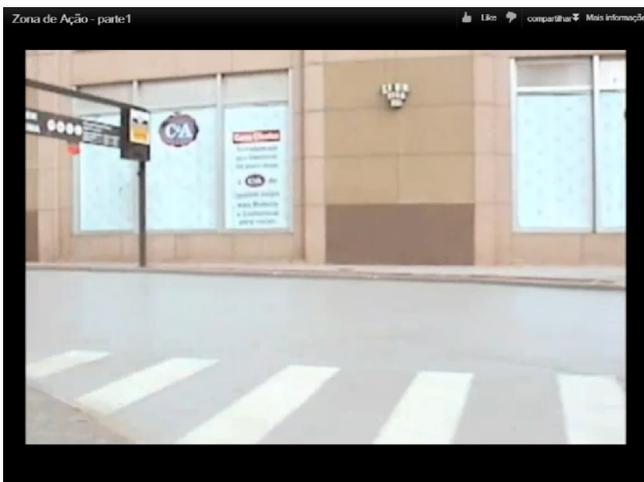


Figura 70: Uma das imagens da cena entre os 7:00 e 7:07 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 1.

Mais cenas de prédios, e o vídeo termina com a seguinte frase: “População expulsa”.

Esta cena, na qual termina o vídeo, vemos a fachada do Shopping Iguatemi, como dito anteriormente, uma das áreas mais valorizadas da cidade de São Paulo. Nestas cenas finais temos também muitos prédios sendo filmados de baixo para cima, nos mostrando a imponência da arquitetura e a que altura os prédios estão construídos, nos mostrando também o quanto do nosso espaço aéreo já foi comercializado.

Aqui termina o vídeo intitulado Zona de Ação – parte 1.

Zona de Ação – parte 2

00:00 – 0:10



Figura 71: Uma das imagens da cena entre dos primeiros 10 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Nesta cena vemos imagens do entorno do Largo da Batata e em primeiro plano a frase em letra preta, ocupando grande parte da tela: “1000 balões, placas, volantes... Intervenção no Largo da Batata”. Podemos ver também uma pessoa, vestindo um macacão laranja segurar um cavalete também laranja nas mãos, com a seguinte inscrição: “Atenção predadores a vista!!”, nele observamos a imagem de um jacaré de boca entreaberta. Ao fundo, uma trilha sonora na qual ouvimos a frase ‘atenção predadores a vista’ sendo cantada. Este cena termina com um fade in nas inscrições do cavalete.

Aqui a pessoa que vemos é um dos integrantes do grupo BijaRi que instala uma das placas no entorno do Largo da Batata. Os jacarés, ou predadores faz alusão aos investidores imobiliários e às construtoras que estão comprando títulos de potencial de construção urbana e esperando a valorização da região para a sua venda. Nos mostrando claramente que se inicia a documentação de uma intervenção.

00:11 – 00:18



Figura 72: Uma das imagens da cena entre os 0:11 e 0:18 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Na sequência vemos uma avenida grande de duas vias, uma pessoa com macacão laranja anda por um espaço fechado do espaço da calçada, segurando um cavalete laranja nas mãos, o instala neste ponto. No cavalete podemos ler a seguinte inscrição: “Estão vendendo nosso espaço aéreo”, com a imagem da pata de um elefante em direção à cabeça de uma pessoa. E a cena termina novamente com um fade in na inscrição do cavalete. Ao fundo da cena podemos observar carros transitando pela área.

A imagem da pata do elefante indo em direção à cabeça de uma pessoa nos lembra a forma na qual o modelo de grandes construções se tornam imponentes frente ao poder das pessoas, que pouco podem fazer para que aconteçam mudanças reais.

00:18 – 00: 23

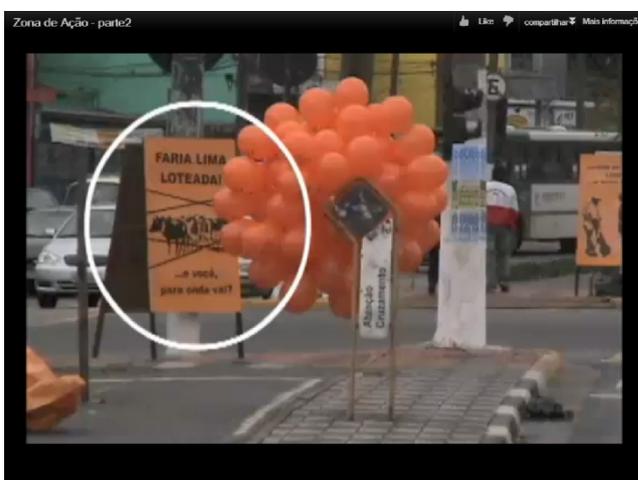


Figura 73: Uma das imagens da cena entre os 0:18 e 00:23 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Na cena seguinte a primeira coisa que vemos é um cenário no qual nos é mostrado do lado esquerdo diversos carros enfileirados, uma placa laranja no meio fio, com os seguintes dizeres: “Faria Lima Loteada” e você, para onde vai?”, com a imagem de um gado, do lado direito muitos balões na cor laranja estão presos em uma placa. A cena termina com um fade in da inscrição do cavalete.

Diversos cavaletes são utilizados para informar as pessoas sobre o processo de revitalização do Largo da Batata. Aqui a imagem do gado representa a forma como o grupo BijaRi interpreta o tratamento dado pelo poder público as pessoas: como gado.

00:23 – 00:29

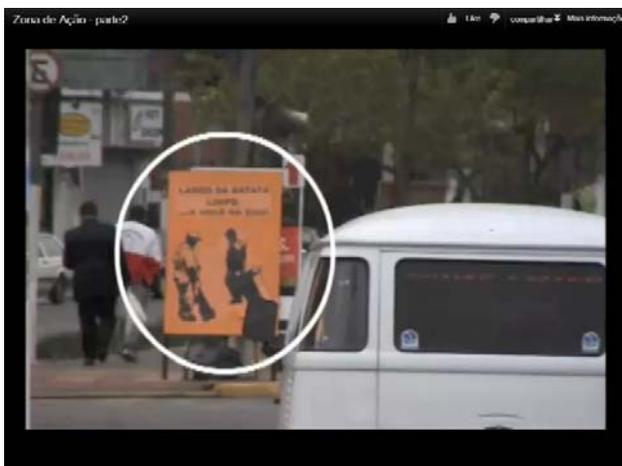


Figura 74: Uma das imagens da cena entre os 00:23 e 00:29 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Nesta cena vemos em primeiro plano a parte posterior de um carro e ao lado esquerdo mais ao fundo um outro cavalete laranja, este com os dizeres: “Largo da Batata Limpo. ...e você no lixo!” Com a imagem de garis trabalhando. Novamente a cena termina com um fade in na imagem do cavalete.

Aqui na imagem, garis, que são funcionários públicos limpando a região. Dando a entender que é o próprio poder publico que irá jogar as pessoas no lixo.

00:29 – 00:37



Figura 75: Uma das imagens da cena entre os 00:29 e 00:37 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Aqui podemos observar um outro cavalete na cor laranja com a seguinte inscrição: , “Área em especulação”, com a imagem de uma pilha de moedas e dois aviões na direção da pilha de moedas. Ao fundo uma pessoa, carros e fachadas de lojas. A cena termina com um fade in na imagem do cavalete.

A imagem da pilha de dinheiro | moedas ao lado de dois aviões menores, nos faz imaginar que aquele pilha de dinheiro é um empreendimento imobiliário.

Segundo Geandre Tomazzoni, um dos integrantes do grupo BijaRi , em entrevista dada para esta pesquisa, todos os cavaletes usados na ação, eram cavaletes que possuíam propagandas de empreendimentos imobiliários e que foram roubados de uma empresa do setor imobiliário, empresa na qual o grupo BijaRi possuía um certo vínculo

00:37 – 00:56

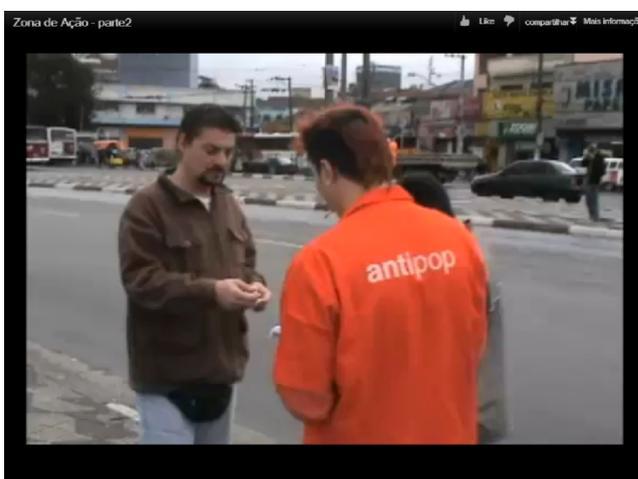


Figura 76: Uma das imagens da cena entre os 00:37 e 00:56 segundos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Surgem cenas de pessoas vestidas de laranja distribuindo panfletos para pessoas na rua, podemos observar uma inscrição na roupa laranja: “ANTIPOP”. A câmera foca em um senhor com o papel nas mãos e dá um fade in neste papel. Nele podemos observar uma série de desenhos e o título: “entenda a operação urbana Faria Lima”. Neste momento estamos ouvindo uma trilha sonora na qual ouvimos a frase “O largo da batata limpo e você no lixo”.

Nesta cena vemos um dos integrantes do grupo fazer panfletagem, tática ou estratégia utilizada por agências de marketing em busca de atrair público para determinadas campanhas como por exemplo propagandas imobiliárias ou mesmo campanhas políticas. Ao observar o panfleto que foi distribuído pelo grupo BijaRi , notamos que tem um grande caráter didático também, explicando passo a passo e com muitas imagens como funciona o processo da operação Faria Lima e o que irá acontecer com a população frequentadora do local após a revitalização.

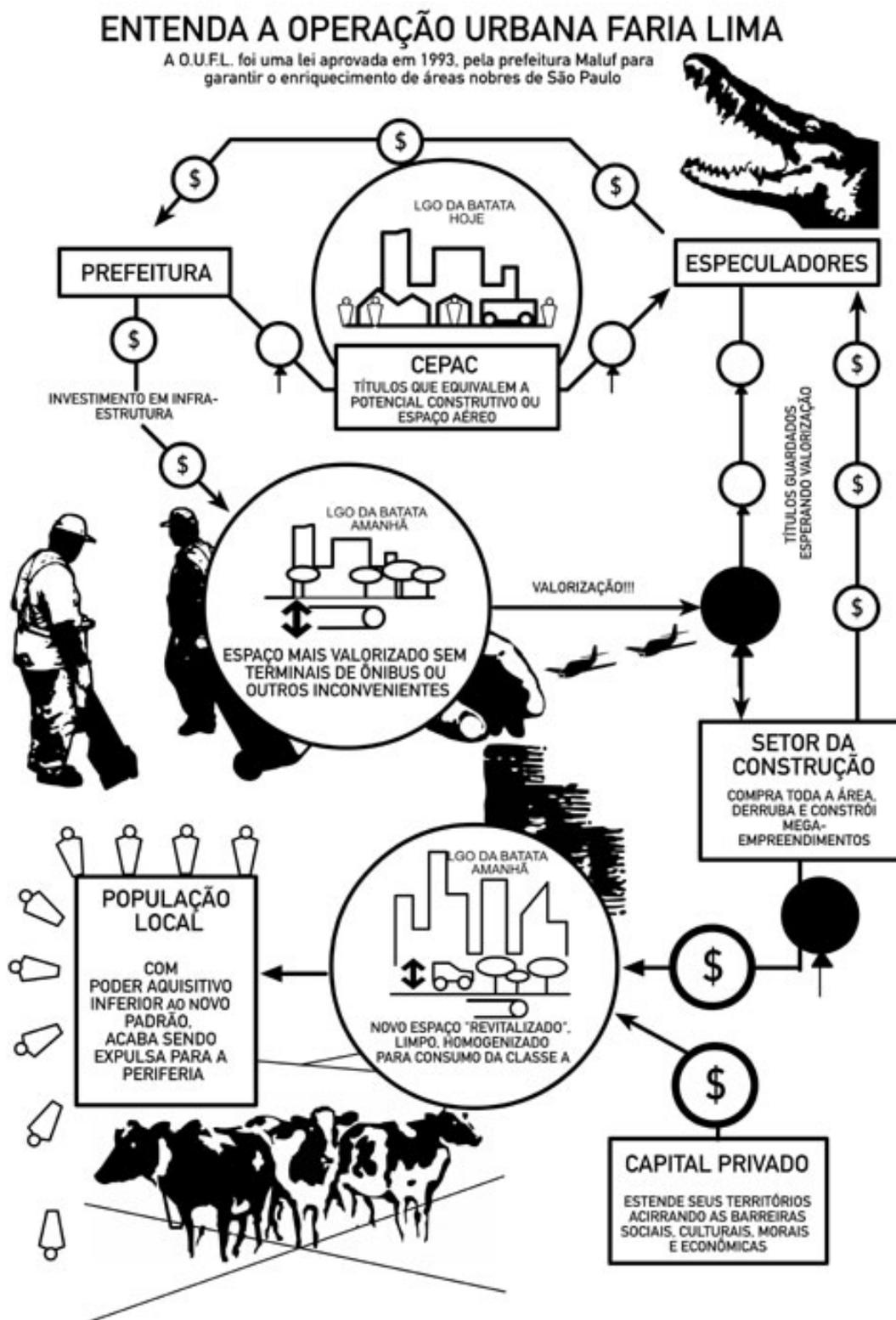


Figura 77:

Panfleto distribuído durante a ação “Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo”, com o título “Entenda a Operação Urbana Faria Lima”, um infográfico irônico explicando a operação e o processo de especulação imobiliária na região. Imagem cedida pelo grupo BijaRi para esta pesquisa.

00:56 – 1:14



Figura 78: Uma das imagens da cena entre os 00:54 e 1:14 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Vemos duas pessoas vestidas de laranja segurar um plástico grande nas mãos, elas estão atravessando a rua. Vemos essas mesmas pessoas encherem o plástico grande e irem inflando-o, até que conseguimos ver um inflável branco gigante com a seguinte inscrição: “Estão vendendo nosso espaço aéreo”. A música ao fundo ainda é a mesma na qual podemos ouvir: “O largo da batata limpo e você no lixo”.

Interessante o uso do inflável aqui, como se o grupo quisesse prender o ar, aprisioná-lo e não deixá-lo escapar e ser vendido junto com o espaço.

1:14 – 1:32



Figura 79: Uma das imagens da cena entre os 1:14 e 1:32 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Esta cena se inicia com um *close* no inflável branco com os dizeres : “Estão vendendo nosso espaço aéreo”. Vemos muitos balões na cor laranja em volta do inflável.

Muitas pessoas também carregam os balões. Fade in no balão e podemos ver nele a inscrição: “estão vendendo nosso espaço aéreo” e uma etiqueta amarrada na corda do balão, o vídeo dá um fade in na etiqueta e podemos ler:

“*CEPAC – Certificado de Potencial Adicional de Construção -> *Os CEPACS (vendidos na bolsa) permitem construir edifícios muito mais altos e caros que os existentes, elitizando o espaço público -> Veja como funciona -> 1 – especuladores compram CEPAC’s (com o desenho de notas de dinheiro) -> 2 – governo investe \$\$\$ no local (com o desenho de uma máquina) -> 3 – o preço do imóvel sobe, e no bairro só ficam os que tem \$\$\$ (com o desenho de prédios e casas) -> 4 – expulsão dos camelôs e da população das classes baixas (com um desenho de um guarda-sol -> Este processo visa remover as pessoas simples, o comércio ambulante e garante a construção de um mundo só para os ricos. Nesta cena a trilha sonora canta a frase: “área em especulação”.

Neste momento, se utilizando de um elemento lúdico, o balão o grupo se aproveita para informar as pessoas o que são os CEPACs, com o passo a passo de como funciona o processo de especulação imobiliária no largo da batata. Os balões utilizados na ação possuem em seu interior gás hélio, gás mais leve que o ar que faz com que o balão flutue no ar. Para os balões não voarem as pessoas os seguram por uma corda e nela, que fica em suas mãos está o panfleto sobre os CEPACs, uma boa forma de fazer com que as pessoas leiam o papel, porque elas vão continuar um bom tempo com o balão nas mãos para que ele não se perca no espaço.

1:32 – 2:09



Figura 80: Uma das imagens da cena entre os 1:32 e 2:09 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

A cena seguinte se inicia com uma imagem na qual podemos ver um grande prédio e ao seu lado um balão com a inscrição “estão vendendo nosso espaço aéreo”, podemos ouvir ao fundo uma pessoa falando: “estão vendendo o nosso espaço aéreo, estão vendendo o nosso espaço aéreo”. Vemos cenas de crianças e adultos sorrindo com o balão nas mãos. São muitas pessoas e muitos balões a música agora repete a seguinte frase: “área em especulação”.

Mais uma vez aqui é interessante notar a forma de interação das pessoas com os balões, elas sorriem, difícil não se entreterem e não querer não perder o balão.

2:09 – 2:21



Figura 81: Uma das imagens da cena entre os 2:09 e 2:21 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Vemos o cenário no qual o inflável e as pessoas se encontram, vemos chegar um carro da polícia, a câmera foca no policial saindo do carro e em seguida no policial indo conversar com uma das pessoas que segura o balão.

Aqui talvez o BijaRi queira mostrar que o espaço está realmente sendo controlado , sendo policiado , com a cena de um policial indo averiguar a ocorrência no Largo.

2:21 – 3:02



Figura 82: Uma das imagens da cena entre os 2:21 e 3:02 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Nesta cena podemos ver novamente o cenário no qual está ocorrendo a ação, ouvimos uma voz dizer: “estão vendendo o nosso espaço aéreo, estão vendendo o nosso espaço aéreo, estão vendendo o espaço para as grandes construtoras comprarem todo o espaço aéreo em cima das suas lojas, em breve construirão prédios com fachadas de vidro espelhado. Vão lotear a Faria Lima e a gente vai ficar aonde? Atenção dona Maria, povo do Largo da Batata a prefeitura do município de São Paulo quer transformar isso daqui numa beleza. Querem limpar o povo daqui, querem limpar os camelôs que vendem a mercadoria barata que é a única que o meu dinheiro consegue comprar. Querem fazer prédio!”. A câmera foca na pessoa, que está toda vestida de laranja e com um microfone nas mãos. Com cenas que intercalam entre o locutor que fala ao microfone entre pessoas que lêem os panfletos e seguram os balões.

Aqui, nesta cena, presenciamos algo muito parecido à estratégia ou tática de um comício, no qual um dos integrantes do grupo, o Rodrigo Araújo, em posse de um microfone fala para as pessoas do local. Podemos observar que já é noite.

3:02 – 3:07



Figura 83: Uma das imagens da cena entre os 3:02 e 3:07 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Nesta cena vemos uma outra pessoa segurando o microfone em uma das mãos e na outra uma grande quantidade de balões, ouvimos ela dizer sorrindo: “O Largo da Batata não está morto, o Largo da Batata está vivo”.

Nesta cena, quem fala é o professor da FAU – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo de São Paulo, estudioso de causas e efeitos de processos de gentrificação e especulação imobiliária e consultor do grupo BijaRi neste assuntos na época.

3:07 – 3:30



Figura 84: Uma das imagens da cena entre os 3:07 e 3:30 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Volta a cena para o primeiro rapaz e com o microfone novamente em mãos diz: “Estão querendo revitalizar, o que significa revitalizar? O Largo da Batata não está vitalizado, ele não tem vida! E pergunta para as pessoas em volta: Quem acha que o Largo tá morto?”

Você povo do Largo da Batata, você é a sujeira que precisa ser limpa, para o Largo da Batata ficar bonito, para a elite passear de carrão importado e blindado. Aqui ó! Pense bem, pense bem”. Vemos cenas de pessoas circulando pelo local, segurando os balões.

Nesta cena, parece que voltou a ser dia. Quem fala novamente é o Rodrigo Araujo, integrante do grupo BijaRi.

3:30 – 3:38



Figura 85: Uma das imagens da cena entre os 3:30 e 3:38 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Uma outra pessoa toma posse do microfone para perguntar: “O Largo da Batata está morto?”. E em coro as pessoas em volta respondem : “Nãããooo”. Aqui volta a ser noite.

3:38 – 5:13

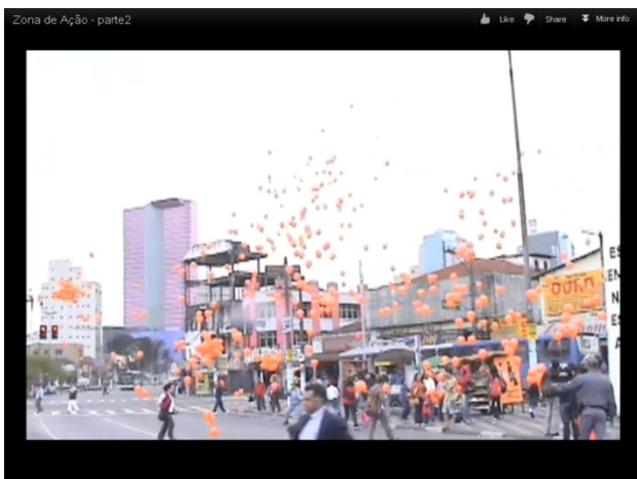


Figura 86: Uma das imagens da cena entre os 3:38 e 5:13 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Vemos o cenário no qual está sendo realizada a ação, e podemos ouvir as pessoas contando: “5, 4, 3, 2 e no 1”. Ao falarem o número 1 todos soltam os balões, vemos uma grande quantidade de balões voarem e subirem para o céu. A câmera acompanha o movimento dos balões. Podemos ouvir agora uma música que diz o seguinte: “Você que está aí sentado, levante-se! Há um líder dentro de você! Governe-o! faça-o falar!”. O momento em que os balões estão sendo soltos se repete mais três vezes e podemos ver novamente diversos balões sobrevoando o entorno.

Segundo o grupo, foram produzidos 1000 balões da cor laranja para a ação, são cerca de 1000 balões sobrevoando a região do Largo da Batata. O uso dos balões no espaço, é uma forma poética de protestar contra o controle do espaço, ocupando os espaços que estão sendo vendidos, e sofrendo especulação. Vale lembrar que balões também são utilizados pelo setor imobiliários para promoção e divulgação de empreendimentos.

Com os balões voando inicia como trilha sonora a música “Todos estão surdos” composta em 1971 por Erasmo e Roberto Carlos, na versão do Chico Science e Nação Zumbi. Segue um trecho da música que é exibida no vídeo: “Você que está aí sentado, levante-se! Há um líder dentro de você! Governe-o! faça-o falar!” e imagens dos balões voando pelo espaço aéreo do Largo da Batata.

O balão é geralmente de uma forma esférica composto de um material resistente e cheio de ar ou de algum tipo de gás. No caso dos balões de “Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo” cheios de gás hélio, um gás mais leve que o ar.

O balão é um elemento lúdico, usado comumente na decoração de festas, principalmente em aniversários infantis, e também utilizado em locais de venda de empreendimentos imobiliários como ação de marketing na fase de lançamento.

Trazer esse elemento em uma grande quantidade para o espaço urbano em “Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo” possibilita a experiência estética que eleva o grau de ludicidade da ação de uma maneira irônica na qual o mesmo elemento que é comumente utilizado na propaganda de um novo empreendimento imobiliário serve também para a sua crítica.

O BijaRi deixa a mensagem de que a prefeitura da cidade de São Paulo, com o projeto de revitalização do Largo da Batata não houve a ‘fala’ da cidade, dos cidadãos, de seus habitantes e essa ‘fala’ se perde no espaço aéreo no momento em que os balões são soltos, talvez um último pedido de socorro ou talvez uma estética que demonstre que ninguém será ouvido.

5:13 – 5:34



Figura 87: Uma das imagens da cena entre os 5:13 e 5:34 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Nesta próxima cena ouvimos uma música instrumental, e surge uma imagem fotográfica na qual podemos ver o inflável branco com a frase “Estão vendendo nosso espaço aéreo” e no entorno muito balões e muitas pessoas. A imagem vira e podemos ler nele: “LARGO DA BATATA – SÃO PAULO”, um desenho e uma imagem na parte superior da tela e cinco caixas. Nele, começam a aparecer palavras que compõem o seguinte texto: “Gentrificação: Processo de Restauração e/ou melhoria de propriedade urbana deteriorada, realizada pela classe média ou emergente, geralmente resultando na remoção de população de baixa renda.” E o texto desaparece.

Nesta cena a foto que nos é mostrada ao se virar, a identificamos como um cartão postal, aqui o BijaRi tem o Largo da Batata como uma área importante da cidade e merecedora de se tornar cartão postal da cidade, ao invés de ser transformada em outra coisa, tendo as pessoas retiradas do local.

O BijaRi aqui profetiza o que irá acontecer ao espaço (uma área gentrificada) e homenageia o local com a criação de um cartão postal.

5:34 – 5:46



Figura 88: Uma das imagens da cena entre os 5:34 e 5:46 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Vemos surgir um outro texto: “LARGO DA BATATA 2004. ...Em memória ao Largo da Batata. Um futuro espaço gentrificado... O texto anterior se apaga e vemos surgir: “Estão vendendo nosso espaço aéreo. BijaRi”.

5:46 – 6:13



Figura 89: Uma das imagens da cena entre os 5:46 e 6:13 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Com a mesma imagem de fundo, o local que ocupava textos agora dá espaço para um vídeo, no qual surge uma pessoa com o microfone nas mãos e diz: “O Largo da Batata está bom?”, uma outra pessoa pega o microfone e podemos ouvi-lo dizer: “Não sei o que acontece, que estão querendo excluir a gente do lugar que a gente trabalha, Tanta gente, eu mesmo cheguei aqui eu tinha 11 anos de idade, eu tenho trinta anos hoje, e trabalhando aqui , no Largo da Batata. Graças a deus ao Largo da Batata eu sou hoje um homem, eu poderia ser

um ladrão, alguma coisa, ou tá preso, entendeu? Mas graças ao Largo da Batata, eu tenho a minha banquinha ali, minha barraca de fruta, aqui no largo aqui ó. Graças a deus”. E a imagem de fundo branco desaparece da tela.

Aqui novamente vemos a construção da narrativa sendo finalizada como no vídeo anterior , Zona de ação parte 1, com a demonstração de afeto ao espaço, ao local, ao Largo da Batata. Aqui, já é noite.

6:13 – 7:41



Figura 90: Uma das imagens da cena entre os 6:13 e 7:41 minutos do vídeo intitulado Zona de Ação parte 2.

Vemos cenas de pessoas sentadas, em pé, e ouvimos uma pessoa falar: “São Paulo, 23 de julho de 2004. Dando continuidade ao Zona de Ação, agora o grupo BijaRi mostra a zona Oeste a partir do Largo da Batata. Largo da Batata, Zona Oeste, por aqui passam diariamente multidões, um trajeto entre o centro e as periferias , aqui se encontra uma diversidade tamanha de massas densas, cores, o espelho do próprio Brasil palco de muitos conflitos, tensões e interesses...” Nesta sequência podemos ver o inflável ser inflado, pessoas tocando instrumentos musicais, um telão grande no qual se passa um filme, aparelhos, computadores. A câmera mostra o telão e nele vemos imagens de cavaletes laranja, pessoas, balões sobrevoando o espaço aéreo. E nos segundos finais ouvimos e vemos pessoas batendo palmas.

Aqui, podemos observar que já é outro momento da ação, na qual o grupo retorna ao Largo da Batata para levar um show, intervenções e a exibição do vídeo (no caso, Zona de Ação parte 1) produzido durante a fase de pesquisa e pesquisa de campo e sendo exibido para os frequentadores do Largo da Batata.

Aqui, “mostrar o Largo da Batata a partir do Largo da Batata” significa muito neste contexto, num contexto no qual o processo de especulação e gentrificação não estão sendo vinculados ou divulgados na pelos meios oficiais e tradicionais de comunicação e informação. Aqui mais uma vez o Grupo BijaRi trabalha uma contra informação , contra comunicação, fazendo também uma contra arte. Ao final, palmas.

3.2.1 Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo em análise: articulando conceitos trabalhados no capítulo teórico.

Neste sub-capítulo apresentamos as interpretações do objeto analisado a partir de revisão bibliográfica e conceitos trabalhados no primeiro capítulo.

A cidade como a mediação das mediações

Conforme diz Raquel Rolnik (1988:24) é apenas quando acontecem grandes manifestações na cidade que ela deixa de ser cenário da circulação do dia-a-dia para assumir seu caráter de civitas por inteiro.

Em “Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo” o grupo BijaRi promove uma série de ações a fim de encorajar possíveis engajamentos, através da panfletagem, do comício, e também dá voz à eles, aos frequentadores, comerciantes e trabalhadores do local para serem ouvidos, uns pelos outros.

Conscientizando sobre o real estado do entorno, dos possíveis acontecimentos e com isso, o frequentador, comerciante e trabalhador do Largo da Batata passa possivelmente a se relacionar com o espaço de outra maneira, o entendendo de outra forma, sob outra perspectiva.

A através do discurso do grupo, observamos que existe a intenção de comunicar às pessoas que elas, além do poder público e do poder privado, também têm o direito à apropriação do espaço. E que os setores hegemônicos não possuem o direito de calarem a “fala da cidade” (Lefebvre, 2001:64), neste caso, a forma com que o Largo da Batata organicamente e naturalmente passou existir e a fazer parte da história da cidade.

Espaço Urbano Comunicacional Horizontal

O espaço urbano comunicacional horizontal pode também acontecer a partir da própria relação das pessoas com o local. O Largo da Batata, como já analisado neste trabalho é sabido como um espaço urbano com um grau de horizontalidade maior em relação ao outro lado da Av. Brigadeiro Faria Lima.

Na preeminência da perda deste grau de horizontalidade, quando este maior grau de horizontalidade começa a desaparecer, o grupo BijaRi retorna ao Largo da Batata para informar e comunicar aos comerciantes, frequentadores e trabalhadores o que está por acontecer.

A ação “Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo”, promove a ativação das pessoas e do espaço, criando oportunidades de eventos (Santos, 2008), levando uma grande quantidade de informações para o Largo da Batata criando com relações horizontais e relações de aprendizado e uma possível conscientização do espaço, promovendo e estimulando “interesses comuns que podem conduzir a uma consciência política.” (M. Santos & M. L. Silveira, 2005 [2001]: 101)

O conceito de Fratura e a potencialização do Espaço Urbano Comunicante Horizontal

A fratura aqui é a ação “Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo”, como a ação é longa e se deu gradualmente, sendo realizada em várias instâncias e envolvendo várias etapas com ações no local, ela não é uma fratura brusca no cotidiano, mas uma entrada progressiva em uma nova experiência estética, que pelo seu teor didático pode fazer com que os habitantes do Largo da Batata tenham uma maior consciência política.

Como para analisar a fratura trabalhamos também com a recepção diante dela, ao invés de situar diversas cenas e interpretar as reações diante da fratura a partir delas, como fizemos na análise anterior, iremos analisar a recepção diante do projeto como um todo, baseado no que consideramos ser as intenções do grupo BijaRi.

Considerando que o BijaRi tinha como intenção que o final deste projeto se desencadeasse na mobilização da própria população local, se organizando e atuando contra o poder público e privado. E sabendo, a partir de entrevista realizada com integrantes do grupo BijaRi que a população local não se organizou para atuar contra o que estava por ocorrer e levando em conta que, hoje, 8 anos depois da ação, o espaço está como o BijaRi anunciou, sem comércio informal, sem o comércio popular, sem o terminal de ônibus, ou seja, gentrificado.

Com base nestas informações, podemos dizer que a fratura ocorrida gradualmente através das várias ações no Largo da Batata pode ter levado, segundo Greimas (2001) às seguintes recepções:

Primeiramente, o frequentador do Largo da Batata, diante da fratura deixe-a se perder na sua cotidianidade e a lembrança dela só volte à sua mente na forma de uma lembrança nostálgica o que a dará uma ideia de, segundo Greimas a forma de um mundo paralelo ao seu, mas não o mundo real. Há aqui a descoberta de que outra realidade é possível diante do que está para vir.

A “apreensão estética”, é outra possibilidade de recepção diante da fratura, na qual o frequentador do Largo da Batata se vê observando a ação de diversos pontos de vista, perspectivas, experienciando através da visão, do olhar. Olhando – o com desejo e em outras ocasiões com naturalidade, formulando hipóteses. Nesta recepção diante da fratura não há um envolvimento físico, interação física com a ação, mas existe uma grande reflexão sobre ela.

A terceira possibilidade de recepção diante da fratura é a de que o seu frequentador, da fratura e da sapiência dos acontecimentos e dos planos de revitalização da prefeitura, resolve conscientemente não experienciar a ação, deixando a ‘estesis entreaberta’, ou não a experiência por ser algo que não consegue compreender.

Reflexões

Tema recorrente nos trabalhos e projetos do BijaRi, em “Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo” questionam novamente ações de exclusão dentro de processos hegemônicos na cidade. As tensões no processo de revitalização do Largo da Batata, denunciando as exclusões, as segregações a higienização do espaço. Tensão já observada na época do projeto Galinha.

Em “Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo”, observamos um caráter didático, a ação através de sua tática, propõe um processo de conscientização e melhor entendimento sobre o processo de revitalização do espaço. Utilizando uma estética do comício, comícios eleitores, ou estratégias de marketing utilizadas dentro de campanhas de grandes empreendimentos imobiliários, distribuem panfletos, expõem placas e cavaletes, fazem comício, showmício e soltam balões. Numa inversão da estética do comício que beira a chacota. No momento em que falamos que a indústria hegemônica se apodera das estratégias e táticas de ação de coletivos, aqui o grupo inverte a lógica e se apropria das estratégias e táticas de ação de partidos políticos, de políticos. Expondo o seu plano anti-governo, fazendo aqui uma contra-comunicação, uma contra-arte, um contra-design.

3.3 João Bobo

A ação João Bobo foi realizada pelo grupo BijaRi para o projeto “combate” dentro da plataforma itinerante CUBO em 2005. O CUBO foi o projeto financiado pelo Centro Cultural Banco do Brasil organizado pelos coletivos: A Revolução Não Será Televisionada, Bijari, COBAIA, Contra-filé, Cia Cachorra e Perda Total. O CUBO aconteceu durante 3 finais de semana no centro da cidade de São Paulo: Vale do Anhangabaú, Praça da Sé e Praça Patriarca. Uma grande estrutura cúbica audiovisual medindo 7m x 7m x 7m foi instalada, tendo as cinco faces visíveis, essas faces serviam como telas nas quais os coletivos projetaram imagens, vídeos, sons e performances.

Segundo Lucas Bambozzi,

“O CUBO foi um desses projetos que se lançam sobre o embate com as condições sociais muitas vezes intangíveis do centro da cidade, que optam por deixar de lado as situações mais protegidas, enfrentando os riscos advindos do ‘deixar-se afetar pela realidade’, o CUBO foi planejado como um dispositivo não exatamente de espetáculo, mas de interação e diálogo com um tipo de público e com um ambiente mais ou menos específico: o centro da cidade e seus habitantes, aqueles que efetivamente circulam ali e fazem daquele ambiente sua vida. Queríamos fazer um tipo de trabalho em que houvesse um diálogo mais estreito com esse público que se vê inserido hoje em um discurso de revitalização do centro, na perspectiva de ser expulso dali por conta de um processo eminente de gentrificação. As gravações produzidas foram resultados de meses de captação atenta de imagens, fruto de um convívio com gente que circula pelo centro, trabalha no centro, habita o centro, empresta vida ao centro e que gostaria de viver ali de forma mais digna -- como o pessoal do MSTC por exemplo reivindica. O projeto foi uma busca de conexão mais estreita com essa realidade, de forma a fazer com que o CUBO fosse um canal, um veículo para que todo o público presente pudesse se expressar - caso quisessem”. (Síndrome de Realidade - versão apresentada em palestra durante o Festival É Tudo Verdade, em 03/2006)



Figura 91: Projeto “Cubo” realizado em 2004, nesta imagem vemos o CUBO instalado na Praça do Patriarca. (Imagem cedida pelo grupo BijaRi)

Para o trabalho “Combate”, projeto de ‘interações eletrônicas’ o grupo BijaRi produziu um vídeo, de mesmo nome no qual exibiu uma luta livre gravada em estúdio com quatro assaltos, que eram intercalados por cenas de do centro de São Paulo e intervenções realizadas também no centro da cidade.

Para o vídeo Combate foram realizadas 2 intervenções urbanas: a intervenção realizada na Praça da Sé chamada “Lave suas Mãos”, na qual o grupo instala em diversos locais da região da Sé um balde cheio de água e uma saboneteira, a fim de deflagrar a isenção de responsabilidades sociais da população e a intervenção “João Bobo”, na qual o grupo instala diversos João Bobos na Praça do Patriarca a fim de potencializar e analisar as reações da pessoas. Analisamos neste trabalho apenas a intervenção João Bobo realizada na Praça do Patriarca.

No site do grupo BijaRi o projeto “**João Bobo**” está classificado como “Atentado Poético” e o texto no qual nos é apresentada a intervenção diz o seguinte:

“nesta ação busca-se discutir o processo de limpeza urbana realizada na região central de São Paulo em 2005 e suas implicações na disputa pelo acesso ao espaço urbano renovado, policiado e em processo de gentrificação. Se valendo de um farto aparato policiaresco, o poder público empreendeu então uma série de ações como o “rapa” – dedicado a acabar com o comércio informal – e outras como as que se removiam pessoas vivendo na rua, o que muitas vezes era feito de forma violenta e amedrontadora”. (site do grupo BijaRi)

No ano de 2005 a cidade de São Paulo sob a gestão de José Serra criou a ação “Operação Limpa”⁶⁷, a fim de revitalizar a região central de São Paulo. Para isso, em parceria com a polícia Civil e Militar, Guarda Civil Metropolitana, AES Eletropaulo, Programa Criança Cidadã Nosso Lar, CET, Ilume, Limpurb, Sabesp, Secretária Municipal de Desenvolvimento Social, Habitação e Saúde a prefeitura de São Paulo organizou ações em que retiravam as pessoas do espaço público: moradores de rua, traficantes, viciados em drogas e donos de comércio informal e instalava um forte policiamento para que elas não voltassem ao local de origem.⁶⁸

Segundo o site da organização Fórum Centro Vivo esta ação violou uma série de direitos humanos como **o princípio fundamental da dignidade da pessoa humana, o direito à cidade sustentável, o direito à moradia adequada, o Direito à Igualdade e não-discriminação e violação do direito de liberdade de ir e vir.**⁶⁹

A partir desta situação e como forma de chamar atenção para este processo de limpeza urbana, o coletivo instalou diversos João Bobos infláveis na Praça do Patriarca.

“A intenção era provocar reações em relação às diversas formas como a população experimentava violência nesse contexto urbano. A intervenção servia como um detonador de relatos e testemunhos de agressões – fossem elas físicas, verbais ou culturais – sofridas no cotidiano”. Site do BijaRi acesso em 20/09/2012.

⁶⁷ http://www.prefeitura.sp.gov.br/portal/a_cidade/noticias/index.php?p=1200 Acesso em 29/10/2012

⁶⁸ <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff0704200517.htm> Acesso em 29/10/2012

⁶⁹ <https://centrovivo.sarava.org/Main/CapituloVIIParte2> Acesso em 29/10/2012

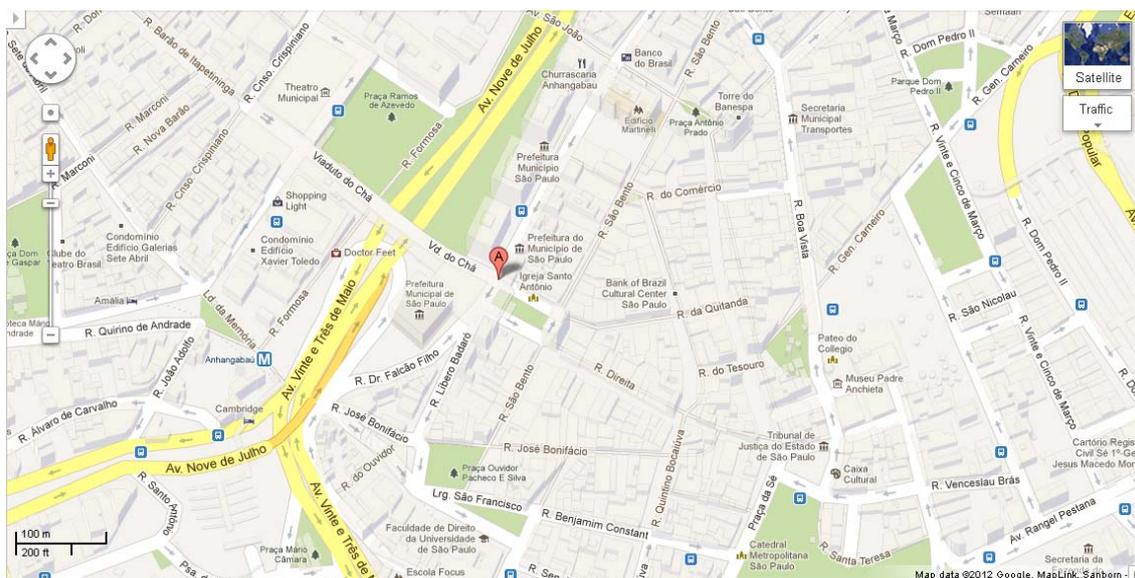


Figura 92: Imagem extraída do aplicativo Google maps que apresenta a área no qual foi realizada a intervenção. Situa-se em um dos locais de maior fluxo da cidade – a praça do Patriarca, ponto de chegada do viaduto do Chá .



Figura 93: Imagens da intervenção “João Bobo” realizada na Praça do Patriarca em 2004. (Imagem cedida pelo grupo BijaRi)

Vale lembrar que o projeto “**João Bobo**” acontece em três instâncias: a ação *in loco* e o registro em vídeo da ação e a inserção de cenas do registro no vídeo e projeto Combate exibido na plataforma CUBO. Temos então três ações em locais diferentes.

A documentação videográfica da ação não apenas faz parte do processo de criação do grupo, como é a ação em si, e é aqui, considerada por nós como sendo ‘a obra’ do grupo no seu estado de completude, tendo as ações *in loco*, não menos importantes, mas apenas como parte do processo.

Na falta de matéria prima para analisar a ação *in loco* e a fim de averiguar questões que estão para além de uma análise superficial do projeto em questão, este trabalho se propõe a analisar mais a fundo a intervenção João Bobo em umas das instâncias: a análise do registro videográfico, consideramos o registro videográfico um material com grande fonte de informações que nos ajudará na análise como um todo.

No Youtube o vídeo se chama “BijaRi – João Bobo” e até o último acesso para esta pesquisa, possuía 1686 visualizações, 8 ‘likes’ e 2 ‘dislikes’ e um comentário de dois anos atrás: ““great” [AntagonistMovement](#) 2 anos atrás”

3.3.1 João Bobo: análise videográfica

00:01 – 00:13



Figura 94: Uma das imagens dos primeiros segundos do vídeo João Bobo.

Nos primeiros segundos do vídeo vemos sete takes, sete cortes nos quais podemos ver pequenas cenas em que observamos pessoas que em todas as cenas aparecem de costas e

vestidas com coletes na cor laranja, com a inscrição BijaRi na parte posterior. Todas elas seguram grandes objetos arredondados e de cor laranja nas mãos. Todos também estão em todos os takes se movimentando, andando por ruas. Nessas cenas também podemos observar muitas pessoas nas ruas, muitos carros e motos, ônibus e estabelecimentos comerciais. Ao fundo ouvimos uma música, são várias batidas e a frase “Porrada, porrada”.

O que vemos são integrantes do grupo BijaRi segurando bonecos de João Bobos nas mãos e transitando pelas ruas do centro de São Paulo com eles.

00:13 – 00:15



Figura 95: Uma das imagens dos primeiros segundos do vídeo João Bobo.

Aqui, nestes dois segundos podemos ver um cenário no qual observamos uma grande construção de cor branca com linhas retas e curvas. Vemos também as mesmas pessoas se aproximando deste local. Muitas pessoas transitam pelo local, vemos também carros, motos e ônibus passando pelo local, uma faixa de pedestres e um semáforo.

Essa grande construção fica localizada na Praça do Patriarca, é a marquise projetada pelo arquiteto Paulo Mendes da Rocha e inaugurada em 2002.

00:15 – 00:32



Figura 96: Uma das imagens da cena entre os 0:15 e 00:32 segundos do vídeo João Bobo.

Agora vemos a vista superior de um local amplo, vemos muitas pessoas circulando, transitando, vemos também diversos objetos arredondados e na cor laranja, os mesmos objetos que estavam nas mãos das pessoas na primeira e segunda cena desta análise. Na verdade são essas pessoas que vão colocando os objetos laranja arredondados. Aos poucos, durante os 17 segundos começam a surgir mais e mais objetos laranja arredondados, até que eles ocupam todo o espaço amplo. No cenário vemos uma estátua em forma e o nome Marisa em uma das fachadas. Ao fundo ouvimos uma música com várias batidas e a frase: “Até quando você vai levando. Porrada, Porrada. Até quando, até quando”.

“Até quando você vai levando? (Porrada! Porrada!) Até quando você vai ficar sem fazer nada? Até quando você vai levando? (Porrada! Porrada!) Até quando vai ser saco de pandaca?” Gabriel Pensador

Nestas duas cenas que se passaram, nos foi apresentado o cenário do local da ação. A Praça do Patriarca é um local com grande fluxo de pessoas, faz parte da região central de São Paulo e é uma área com grande atividade comercial. Marisa, se refere ao nome de uma rede de lojas brasileira, a Marisa é a maior varejista brasileira especializada em moda feminina e íntima, enquanto a número de lojas.⁷⁰

A Praça do Patriarca configura-se como local predominantemente de passagem com um grande fluxo de pessoas e tal como o Largo da Batata, por ser um local de passagem está propício ao surgimento do comércio informal. Ela se localiza em um ponto importante da

⁷⁰ <http://exame.abril.com.br/negocios/empresas/noticias/lucro-liquido-da-marisa-sobe-47-7-em-2010> Acesso em 29/10/2012

região central de São Paulo, próxima do Vale do Anhangabaú, Praça da Republica, Teatro Municipal e é um local que possui grande atividade comercial.

00:32 – 00:36



Figura 97: Uma das imagens da cena entre os 0:32 e 00:36 segundos do vídeo João Bobo.

Nesta cena vemos muitas pessoas passando, com a câmera localizada em um só lugar vemos as pessoas passarem por ela, são homens, mulheres, crianças. Ao fundo podemos observar os objetos arredondados laranjas. A mesma música continua tocando: “porrada, porrada. Até quanto você vai levando”.

00:36 – 00:39



Figura 98: Uma das imagens da cena entre os 0:36 e 00:39 segundos do vídeo João Bobo.

Nesta cena a câmera foca agora nos João bobos, da mesma maneira que nos apresenta as pessoas, parada em um lugar, filma os João bobos balançando com a força do vento.

Nestas duas últimas cenas, com pessoas e João bobos ocupando o mesmo espaço, fica difícil não tentar fazer comparações entre os dois objetos que se possuem certas semelhanças por extensão de sentido figurado e por estarem ocupando o mesmo espaço.

00:39 – 00:43



Figura 99: Uma das imagens da cena entre os 0:39 e 00:43 segundos do vídeo João Bobo.

Aqui a câmera volta a focar nas pessoas, muitas pessoas transitando pelo local, vemos duas pessoas girarem suas mãos em direção ao objeto laranja, fazendo com que os objetos balancem infinitas vezes, mas sem cair no chão, sempre voltando ao seu estado primeiro.

Vemos aqui a primeira interação Pessoas – João Bobo. Nesta cena, se confirma a intenção do grupo BijaRi de nos fazer encontrar relações de semelhança entre João bobo e pessoas. O João Bobo que tem como uma de suas funções (relacionadas ao seu desenho e nome) nunca cair e sempre se levantar, aqui, trazendo os acontecimentos relacionados à atuação da prefeitura na ação “Operação Limpa”, com as pessoas sendo retiradas dos locais que elas já tem uma relação de afeto, podemos dizer que o BijaRi indica essa semelhança, na qual as pessoas sofrem, tem os seus direitos violados e continuam lutando.

00:43 – 00:46



Figura 100: Uma das imagens da cena entre os 0:43 e 00:46 segundos do vídeo João Bobo.

Nesta cena a câmera foca um dos objetos laranja em primeiro plano e em close, alguns segundos depois vemos uma mão em sua direção, batendo nele e fazendo-o balançar também diversas vezes, mas não caindo no chão. Ainda ouvimos a música ao fundo.

00:46 – 00:51



Figura 101: Uma das imagens da cena entre os 0:46 e 00:51 segundos do vídeo João Bobo.

Com a mesma música de fundo, vemos uma pessoa de mochila nas costas, bater fortemente no João bobo e com a força da batida a sua base sai do chão.

00:51 – 00:56

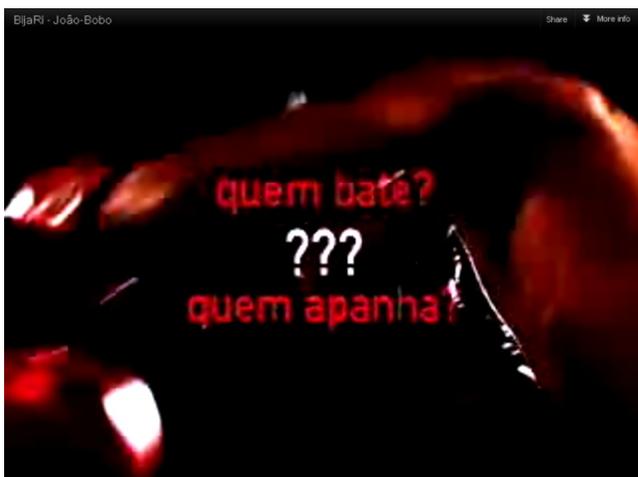


Figura 102: Uma das imagens da cena entre os 0:51 e 00:56 segundos do vídeo João Bobo.

Nesta cena a tela fica totalmente preta e vemos surgir a seguinte inscrição, nesta sequência: “quem bate? -> ??? -> quem apanha?”. Posteriormente surgem das laterais da tela dois lutadores de boxe, que se encontram e se golpeiam. Ouvimos ao fundo a música: “Até quando você vai ser saco de pancada”.

00:56 – 1:08



Figura 103: Uma das imagens da cena entre os 0:56 e 1:08 minutos do vídeo João Bobo.

Aqui a câmera foca em close o rosto de um homem que diz: “O sistema. As emissoras de televisões, o nosso governo que é uma vergonha”. A câmera filma o rapaz chutando o João Bobo e com a força do chute a base do João Bobo sai do chão. A câmera volta a filmar o rosto do homem em close que diz: “E ninguém faz nada”. A câmera filma o mesmo homem saindo correr com um carro de mão que carrega uma caixa azul.

1:08 – 1:11

Figura 104: Uma das imagens da cena entre os 1:08 e 1:11 minutos do vídeo João Bobo.

Nesta cena vemos um homem no chão bater com as mãos no João bobo, novamente a base do João bobo sai do chão com a força da batida.

Pode-se notar que este homem é deficiente físico, no Brasil grande parte de deficientes físicos são pedintes ou trabalhadores do mercado informal devido à ineficiência do estado na inclusão e integração do deficiente físico ao mercado de trabalho.⁷¹

1:11 – 1:20

Figura 105: Uma das imagens da cena entre os 1:11 e 1:20 minutos do vídeo João Bobo.

⁷¹ Por não haver uma integração eficiente desses três pontos (qualificação profissional, habilitação e reabilitação, estímulos financeiros) no Brasil, uma grande parte dos portadores de deficientes são pedintes de ruas e trabalham na economia informal, como: camelôs, distribuidores de propaganda nos semáforos etc., estando, via de regra, fora do mercado formal de trabalho e sem a proteção do sistema de seguridade social. <http://www.mp.rs.gov.br/dirhum/doutrina/id249.htm> Acesso em 29/10/2012

Nesta cena vemos um senhor, em pé, dando um tapa no João bobo, o João bobo parece que vai cair e não cai, balança e volta a ficar na horizontal. Este senhor enquanto bate no João bobo diz: “... morador de rua não...tem que agredir é você... perder a farda, viu, a vida humana.”

Aqui quando o senhor fala “perder a farda”, se refere á polícia.

1:20 – 1:25



Figura 106: Uma das imagens da cena entre os 1:20 e 1:25 minutos do vídeo João Bobo.

A câmera foca em close o rosto de um homem que diz: “a inflação, corrupção, elas batem na gente”. Corta esta cena e a câmera filma este mesmo homem chutando o João Bobo. No entorno passam muitas pessoas.

1:25 – 1:28

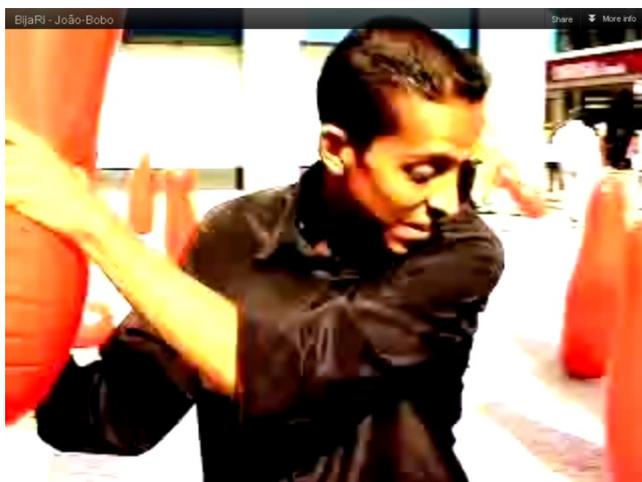


Figura 107: Uma das imagens da cena entre os 1:25 e 1:28 minutos do vídeo João Bobo.

Vemos um rapaz segurar um dos João Bobos e batê-lo com força no chão, após e batida ouvimos ele dizer: “Um bando de facista”.

1:28 – 1:34



Figura 108: Uma das imagens da cena entre os 1:28 e 1:34 minutos do vídeo João Bobo.

Nesta cena, entre 1:28 e 1:34 minutos vemos o cenário no qual se passa a ação, são 3 cortes, 3 takes em que vemos pessoas interagindo com os João bobos, batendo e chutando.

1:34 – 1:38



Figura 109: Uma das imagens da cena entre os 1:34 e 1:38 minutos do vídeo João Bobo.

Outra pessoa sendo filmada em close e ela diz: “Quem toma porrada aqui no centro é o povo rapaz”. Corta a cena e vemos uma outra pessoas chutando um dos João Bobos.

1:38 – 1:45



Figura 110: Uma das imagens da cena entre os 1:38 e 1:45 minutos do vídeo João Bobo.

Outra pessoa sendo filmada em close e ela diz: “Acho que não é simplesmente tirar essas pessoas da rua e encostar elas num lugar, acho que tem que dar condições”.

1:45 – 2:09



Figura 111: Uma das imagens da cena entre os 1:45 e 2:09 minutos do vídeo João Bobo.

Na sequência seguinte vemos 30 cortes e a cada um deles nos é mostrado uma pessoa ou chutando ou estapeando os João Bobos, ao fundo ouvimos “Porrada , Porrada”.

2:09 – 2:17

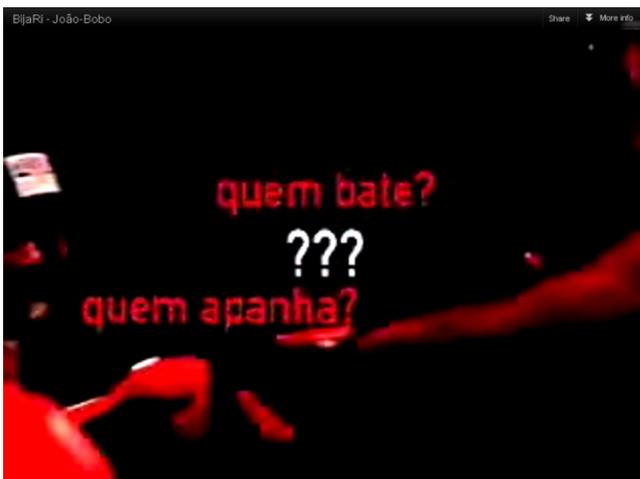


Figura 112: Uma das imagens da cena entre os 2:09 e 2:17 minutos do vídeo João Bobo.

Na cena final do vídeo a tela volta a ficar totalmente preta e vemos surgir a seguinte inscrição, nesta sequência: “quem bate? -> ??? -> quem apanha?”. Posteriormente surgem das laterais da tela dois lutadores de boxe, que se encontram e se golpeiam.

3.3.2 João Bobo em análise: articulando conceitos trabalhados no capítulo teórico.

Neste sub-capítulo apresentamos as interpretações do objeto analisado a partir de revisão bibliográfica e conceitos trabalhados no primeiro capítulo.

A cidade como a mediação das mediações

Como dito anteriormente, no período de realização da intervenção João Bobo (2005) o centro da cidade de São Paulo estava passando por um processo de higienização intitulado “Operação Limpa”, ação da prefeitura de São Paulo que consistiu na tentativa de acabar com a cracolândia, o comércio informal, a prostituição e a ocupação das ruas pelos sem tetos, retirando-os de seus locais de trabalho, moradia e uso a fim de revitalizar a região.

A Praça do Patriarca também sofreu a ação da “Operação Limpa” tendo o comércio informal sido retirado do local.

Neste caso, vemos claramente a violência sofrida por estas classes da população, tendo seus direitos básicos violentados (como constata a matéria da organização Fórum Centro Vivo) por quem deveria assegurá-los.

Sem o direito à cidade, que segundo Lefebvre (2001) se manifesta como forma superior dos direitos: O direito ao habitar, isto é, viver a cidade e experienciá-la, priorizando os locais de encontro e de troca.

A cidade então se transforma num local de conflitos e tensões no qual vivenciamos| presenciemos uma luta diária pela apropriação do espaço urbano.

A intervenção do BijaRi, colocando João bobos na Praça do Patriarca, bonecos também conhecidos como ‘Teimoso’, objetos que por mais que sejam inclinados por forças externas, tendem a permanecer em pé. Se assemelha à vida e a situação de vida da classe mais pobre de São Paulo e aos afetados pela “Operação Limpa”.

A ação João Bobo de alguma maneira põe em questão a passividade destas classes da população que sofreram a ação da prefeitura.

Propondo o direito de resposta aos acontecimentos, em um mundo no qual desencoraja engajamentos, a ação de inserir uma grande quantidade de João Bobos na Praça do Patriarca, objeto que por si só pede a interação, faz com que as pessoas saiam da passividade e quebrem certos códigos de conduta corporal.

Espaço Urbano Comunicacional Horizontal

Na ação João Bobo o BijaRi intervêm em uma área espacial menor (a Praça do Patriarca) desenvolvendo uma ação que discute e crítica acontecimentos (Operação Limpa) relacionados a uma área espacial maior (o centro da cidade de São Paulo).

Tal qual o Largo da Batata, consideramos o centro da cidade de São Paulo, o que inclui a Praça do Patriarca como um local que possui um grau de horizontalidade elevado em relação à região nobre da Av. Brigadeiro Faria Lima onde está localizado o Shopping Center Iguatemi.

Observando que esse grau de horizontalidade havia quase se perdido por inteiro, pois naquela ocasião a Praça do Patriarca já havia sofrido a ação da “Operação Limpa” o BijaRi vai até o local para dar voz às pessoas, dando a elas o direito de resposta.

Atuando no micro para questionar o macro, a ação João Bobo ativa o espaço e as pessoas, criando a oportunidade de eventos e dando maior autonomia ao espaço (Ricouer apud. Santos, 163:2008)

O conceito de Fratura e a potencialização do Espaço Urbano Comunicante Horizontal

A fratura que nos é apresentada é a intervenção João Bobo no espaço banal, propondo uma fratura brusca no cotidiano ou uma entrada progressiva numa nova experiência estética.

Isto porque a fratura brusca no cotidiano é experienciada pelas pessoas que não sabiam ou não tiveram contato com os proponentes da ação. Não sendo entrevistadas e sem saber das intenções do grupo interagiu com o objeto observado como uma fratura brusca no cotidiano.

Já a entrada progressiva em uma nova experiência estética se deu quando as pessoas tiveram contato com os proponentes da ação. Sendo entrevistadas e questionadas sobre “quem bate e quem apanha” no centro de São Paulo.

Assim, observamos 3 formas de recepção diante da fratura: Na primeira as pessoas vivenciam a fratura brusca e não interagem fisicamente com o objeto; Na segunda as pessoas vivenciam a fratura brusca e interagem fisicamente com ele; Na terceira as pessoas vivenciam uma entrada progressiva numa nova experiência estética e interagem fisicamente com o objeto.

Nos momentos em que ocorre a interação física Pessoas – João Bobo as pessoas agem igualmente. Com braços, mãos, pés e pernas, todas elas batem no objeto, mudando apenas a força com a qual a fazem.

Nas 3 formas podem ocorrer, segundo Greimas os seguintes tipos de recepção:

Primeiro, as pessoas diante do João bobo podem ter a por alguns instantes um momento de deslumbramento diante do “evento estético” e com o passar do tempo esse evento se perder em sua cotidianidade o que faria a pessoa lembrar-se da ação com nostalgia.

Ou diante da ação ela poderia parar para observar, analisar, levantar questões e interagir tatilmente através do olhar, e em seguida se afastar dos objetos, mas não sem antes fazer uma reflexão profunda a respeito dele.

Outra possibilidade é a de que diante da grande quantidade de João Bobos , diante da fratura brusca no cotidiano, as pessoas entendam que poderiam experimentar algo novo, mas não o fazem conscientemente, talvez até se sentindo ofendidas pela ação.

Ou as pessoas diante dos João Bobos interagem com ele, vivenciam uma experiência estética nunca antes vivenciada e sem querer, como por reflexo, vão embora, esquecendo o acontecimento.

E por último, as pessoas poderiam experienciar a intervenção, na qual a vivência possa substituir progressivamente a realidade que ele vive, ocorrendo a penetração dele na proposta da intervenção, com ou sem a sapiência de seu real motivo.

Reflexões

Trabalhando novamente em um local com um alto grau de horizontalidade atuando na Praça do Patriarca o BijaRi apresentou o trabalho João Bobo através do Atentado Poético, justificando-o no próprio vídeo e por fim militando na plataforma CUBO com ele e outros trabalhos.

3.4. Junção das Análises

Durante os capítulos anteriores, os capítulos teóricos, por diversas vezes frisamos que o objetivo principal deste trabalho é o ativismo no espaço urbano e a sua potencialidade em transformá-lo em ‘espaço urbano comunicacional horizontal’ conceito articulado por nós através do conceito de densidade comunicacional do espaço em Santos (2001) sendo potencializado pelo conceito de Fratura em Greimas (2002).

No capítulo 1 trazemos este conceito explicando-o da seguinte maneira:

“Espaço Urbano Comunicacional Horizontal” é a ativação do espaço urbano, no caso desta pesquisa são as ações vindas de coletivos, grupos de artistas preocupados em problematizar as tensões ocorridas nas cidades e que através de suas intervenções fazem acontecer ou potencializam a concretização “Espaço Urbano Comunicacional Horizontal”.

Acreditamos que o espaço urbano comunicacional horizontal concretizado seja um lugar que possui uma autonomia e que possa, através da inteligência dos mediadores, dos intermediários, construir uma história de ações que sejam diferentes do projeto dos atores hegemônicos. Inserindo no espaço urbano uma nova realidade de lugar através de ações e procedimentos.

O ‘espaço urbano comunicante horizontal’ seria então o espaço que possui grande riqueza comunicacional, que possui relações comunicacionais de horizontalidade e aponta para uma possível ou maior liberdade. São os espaços da cidade, as ruas, avenidas, praças, parques, calçadas.

No decorrer desta pesquisa, com os objetos sendo analisados, isto é, as intervenções do grupo BijaRi o conceito de “Espaço Urbano Comunicacional Horizontal” ficou mais claro para nós.

Percebemos mais claramente que o “Espaço Urbano Comunicacional Horizontal” é derivado da densidade comunicacional do espaço (Santos, 2001) e pode acontecer a partir da própria relação das pessoas com o local. E que as mesmas ações de intervenção além de potencializarem a concretização do “espaço comunicacional horizontal” também podem evidenciar o grau de horizontalidade presente nos espaços.

Comumente as pessoas ao invés de ter uma real relação com o espaço urbano, elas seguem códigos de acervo de conduta pré-estabelecidos socio-economicamente no caso.

O “espaço urbano comunicacional horizontal” é um espaço relacional, é a relação das entre as pessoas, densidade nas relações humanas, trocas diretas de informação, objetos e serviço, senso comunitário, e cumplicidade entre as pessoas.

Ainda no primeiro capítulo afirmamos que o conceito de ‘fratura’ pode potencializar o ‘Espaço Urbano Comunicante Horizontal’, servindo na construção de outros mundos possíveis:

“Faz-se necessário ressaltar que o estudo de Greimas sobre os objetos da ‘fratura’ não implica que não possam existir outros tipos de ‘fratura’ e outros tipos de recepção. Este estudo nos servirá de base para análises posteriores e reflexões mais profundas sobre intervenções na cidade, buscando analisar, através de estudos de casos, objetos que fazem acontecer o ‘espaço urbano comunicante horizontal’, sendo potencializados pelas ‘fraturas’ e servindo na construção de outros mundos possíveis. Isto em uma estética que não necessariamente ocupa-se apenas da produção do belo e do poético, mas que se aproxima da estesia, que é a percepção, através dos sentidos, possibilitando experiências diversas. Potencializando assim o ‘espaço urbano comunicante horizontal’”

No decorrer da pesquisa e a partir dos objetos de análise que nos foram apresentados percebemos que ao utilizar os cinco tipos de fratura apresentados por Greimas (2002) em seu livro “Da Imperfeição” observamos que a fratura tem possivelmente potencializa o ‘espaço urbano comunicante horizontal’, na construção de outros mundos possíveis, mas na falta de dados que comprovem essa ‘fratura’ nas pessoas, não podemos afirmar que ela realmente ocorre.

ESPAÇO RESERVADO PARA INCLUIR MAPPING Nº 1

ESPAÇO RESERVADO PARA INCLUIR MAPPING N° 2

ESPAÇO RESERVADO PARA INCLUIR MAPPING Nº 3

4. Narrativas do BijaRi

Neste capítulo a partir de todo o material de pesquisa (análise dos objetos, circunstâncias de acontecimento e história de cada um deles) e de entrevistas realizadas com integrantes do grupo iremos primeiramente apresentar os processos de criação com foco nos objetos estudados.

Na sequência iremos abordar as tensões enfrentadas pelo grupo em relação à sua forma de trabalho, como se dão as negociações posto que o grupo trabalha com projetos artísticos e comerciais às vezes financiados pela iniciativa privada, outras financiado por iniciativas governamentais ou estaduais e municipais e em muitos dos casos financiados, sendo bancados pelo próprio grupo ou pela empresa BijaRi. Então a análise se realiza observando duas perspectivas: os processos de criação e as negociações.

Foram cinco encontros presenciais, nos quais foram realizadas quatro entrevistas e outro encontro no qual o Rodrigo Araújo cedeu para esta pesquisa diversos materiais como textos, fotos e vídeos dos projetos analisados. Foram entrevistados quatro integrantes/fundadores do grupo BijaRi, Eduardo Fernandes⁷², Rodrigo Araújo⁷³, Olavo Ekman⁷⁴ e Geandre Tomazoni⁷⁵.

4.1. Narrativas do BijaRi a partir das análises dos trabalhos e das entrevistas

5 dos 6 dos atuais integrantes do grupo BijaRi são formados em arquitetura, embora o grupo nunca tenha trabalhado com arquitetura propriamente dita. Mesmo assim podemos perceber que a arquitetura é uma das partes fundantes do trabalho do grupo.

“Nós nunca edificamos muito, quase nada, uma ou outra pessoa do estúdio. Mas, a cidade e o pensamento humanista por trás da cidade, o direto à cidade, pra quem ela é feita, como ela é feita, porque ela é feita, como ela pode ser feita, como cada pessoa pode transformar a própria cidade, isso é parte importante do nosso trabalho.” Rodrigo Araújo⁷⁶

Rodrigo Araújo, integrante fundador do grupo BijaRi diz em uma das entrevistas que a vida pública é a grande temática de trabalho do grupo, que está para além do espaço

⁷² Entrevista realizada com Eduardo Fernandes em 27/09/2012, ex-integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 1

⁷³ Encontros e entrevistas realizadas com Rodrigo Araújo em 28/09/2012, 01/10/2012 e 04/10/2012, integrante e um dos fundadores o grupo BijaRi anexo nº 2

⁷⁴ Entrevista realizada com Olavo Ekman em 04/10/2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 3

⁷⁵ Entrevista realizada com Geandre Tomazoni em 09/10/2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 4

⁷⁶ Entrevista realizada com Rodrigo Araújo em 04/10/2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 2

público, que é, no entendimento dele de “tomar pra si a construção da sua vida como um participante ativo (...) precisa de um cidadão ativo pra ter um espaço que seja público, efetivamente no nosso entendimento.”

Geandre Tomazoni, integrante fundador do grupo BijaRi nos explica em entrevista realizada para esta pesquisa que a cidade é a questão em comum que une o grupo nos falando qual o seu entendimento sobre o que é a cidade:

“... a vida tem que ser algo mais do que está dentro de casa e do carro. Onde é o espaço de estar junto? A cidade deveria ser esse espaço, a cidade é um espaço de troca. A cidade é um espaço de convívio, a cidade é a organização que a gente encontrou pra também superar as dificuldades. A cidade não é só uma afirmação, a cidade também é uma luta pela sobrevivência, é uma maneira de se organizar pra aquilo que em algum momento nos foi hostil (...) a natureza sem o aparato tecnológico ela é hostil (...) você pode estar ali e ser devorado por um animal, ser picado e ter uma doença, não ser capaz de adquirir comida ou a água (...) A cidade também representa isso. Ela é uma superação da dificuldade e um desejo (...) o homem sempre andou em bando, em grupos, tanto pela dificuldade de superar dificuldades, mas acho que é um desejo de estar junto mesmo. E eu acho que a cidade representa tudo isso. Então quando a cidade se torna só um lugar de passagem e consumo ela é uma negação de si própria, é como se você delegasse que esse agrupamento humano não é mais pra todo mundo, mas é só pra alguns e isso é um dos cerne da crítica do Bijari.” Geandre Tomazoni ⁷⁷

Além de terem como cerne do trabalho do grupo a crítica em relação à cidade, o Grupo BijaRi possui outra característica em seus trabalhos, que é o entendimento de que um trabalho artístico não necessariamente precise ser um produto. Para Rodrigo Araújo, o trabalho do grupo BijaRi está galgado em processos e não em produtos. Esses processos trabalham temáticas e conflitos que se figuram como pautas urgentes da cidade. E como resultado disso, surgem trabalhos que são veiculados em meios de comunicação, em exposições, na cidade, voltados para a internet ou até mesmo para o próprio grupo.

Esses projetos artísticos, geralmente utilizam uma metodologia de trabalho que foi criada a partir da vivência, da prática, Eduardo Fernandes outro integrante fundador do grupo BijaRi disse em entrevista realizada para essa pesquisa que essa metodologia aconteceu organicamente, em que a prática levou à reflexão, não só do BijaRi, mas de todos os coletivos que trabalhavam em conjunto, da prática criou-se uma metodologia:

⁷⁷ Entrevista realizada com Geandre Tomazoni em 09|10|2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 4

“Você vai para o lugar identificar o conflito, conflito oculto, qual a narrativa, a história desse conflito oculto, aí você evidencia ele, você traz ele a tona, tira da invisibilidade de forma a resolver o conflito ou alguma coisa assim relacionada a ele.” Eduardo Fernandes⁷⁸

Desenharam um diagrama para realização de ações que possui 5 etapas: 01 observam a situação real; 02 identificam o conflito, a urgência; 03 montam estratégias de ação; 4 intervêm na realidade; 5 fazem a ocupação subjetiva.



Figura 116: Diagrama para Realização de uma ação, criado a partir do diagrama do coletivo Contra Filé (Imagem cedida pelo grupo BijaRi)

Segundo Rodrigo Araújo, no momento em que existe um curto-circuito entre discurso e percepção o trabalho se inicia. E esse curto-circuito é sentido pelo corpo daí nasce a urgência de resolver essa diferença entre o que se sente e o que está sendo dito. O momento

⁷⁸ Entrevista realizada com Eduardo Fernandes em 27/09/2012, ex-integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 1

do curto-circuito se localiza, dentro do diagrama entre as fazes 1 e 2 do processo e é para nós a questão chave no processo do grupo BijaRi.

O BijaRi também divide os trabalhos em plataformas, classificando-os como: Atentados Poéticas, Espaço Crítico, Arquitetura da Resistência, Natureza Urbana e Poesia dos Problemas Concretos. OS trabalhos analisados nesta pesquisa fazem parte das plataformas “Atentados Poéticos” e “Espaço Crítico”.

Segundo Geandre Tomazoni⁷⁹, os Atentados Poéticos são poesias que possuem a força de uma bomba. “Uma poesia que pode ter a potência reflexiva análoga de uma bomba”. Vindo da idéia da potencia da ruptura através da poesia, “são diferenças que se afirmam não se negam e se transformam em outra coisa.

Já o Espaço Critico vem da idéia de transformar espaços de passagem em locais onde são exercidos a critica , ambientes que fomentem a discussão critica.

Os trabalhos “Galinha”, “Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo” e “João Bobo”, analisados nesta pesquisa fazem parte dessas duas plataformas explicadas acima. A partir dos objetos de estudo, podemos perceber que a construção da narrativa do grupo cronologicamente foi evoluindo e se aperfeiçoando, ou seja, se aprofundando cada vez mais na questão em pauta.

Inicialmente em Galinha, o BijaRi escolhe ‘intuitivamente’⁸⁰ ou como diz Rodrigo Araújo⁸¹ ‘através da sensibilidade corpórea’⁸² o objeto e os locais para realizar a ação. Dizendo que mesmo não teorizada, havia uma grande quantidade de pensamento sintetizada na ação, que vem do saber sensível, do saber corpóreo, considerado uma das matérias primas para o processo de criação do grupo e como diz Rodrigo ‘um músculo forte dentro do trabalho’.

Escolhendo um objeto não natural ao local e inserindo-o no espaço urbano. Segundo Geandre Tomazoni essa metodologia estava dentro do que eles chamavam de Pop-Antipop, metodologia que “tinha o mote de pensar no oposto da linguagem estabelecida, por isso a galinha, esse bicho esteticamente feio, fora do contexto”. Com relação à escolha do local ele explica que buscam locais nos quais o projeto faz sentido dentro do contexto da ação, no caso da Galinha, quais os locais em que o ‘pop e o antipop’ seriam evidenciados.

⁷⁹ Entrevista realizada com Geandre Tomazoni em 09/10/2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 4

⁸⁰ Em entrevista realizada com Eduardo Fernandes para esta pesquisa em 27/09/2012 e com Geandre Tomazoni para esta pesquisa em 09/10/2012

⁸¹ Entrevista realizada com Rodrigo Araújo em 04/10/2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 2

⁸² Em entrevista realizada para esta pesquisa em 04/10/2012

Segundo Olavo Ekman⁸³ integrante fundador do BijaRi, dentro do Pop-Antipop, o grupo desenvolvia trabalhos que inseriam contextos do pop no antipop e vice-versa, dando-nos um exemplo: “...pegar imagens, meu, de um cara, um mendigo e você transformar aquilo numa, numa imagem glamorosa, publicitária”⁸⁴. Dizendo-nos que o projeto Galinha tem esse olhar, de trabalhar com esse conflito, com a ‘dicotomia social’.

O vídeo Galinha questiona a horizontalidade | verticalidade dos espaços, de forma irônica, através de uma contra-arte. Ao documentar as duas inserções, podemos perceber as dimensões políticas do discurso poético do grupo. Como representação de contrastes, o vídeo é uma denúncia da cidade segregada.

A ação Galinha realizada no ano de 2002 evidencia o grau de horizontalidade | verticalidade do espaço urbano comunicacional, no qual o grupo BijaRi descobre que o Largo da Batata possui um grau maior de horizontalidade em relação a área em frente ao Shopping Iguatemi. A partir deste entendimento, quando existe a possibilidade de fazer outro trabalho no ano de 2004 o grupo escolhe o Largo da Batata por ser uma área na qual eles já tinham o entendimento e compreensão do lugar ou essa ‘sensibilidade corpórea’ de que lá seria uma local para realizar a próxima ação.

“... dentro do projeto zona de ação a gente inicia a pesquisa, cada grupo tava com uma zona da cidade. A gente já tinha trabalhado na zona oeste, a gente tinha um estúdio na Zona Oeste, a gente tinha feito a galinha no Largo da Batata, então a gente escolheu ficar na Zona Oeste.” Rodrigo Araújo (entrevista realizada em 04/10/2012)

Através de pesquisas descobrem a real situação do local, que estava passando por um processo de gentrificação e especulação imobiliária e na preeminência da perda do grau de horizontalidade do Largo da Batata, o grupo BijaRi retorna ao Largo da Batata para informar e comunicar aos comerciantes, frequentadores e trabalhadores o que está por acontecer.

“E ao trabalhar no Largo da Batata novamente, a gente foi pesquisar a Prefeitura, como que estava sendo implementado o projeto urbanístico, a gente puxou a planta pra ver pra quem ele era, como ele era, e a gente viu que não estava sendo avisado o que ia acontecer lá. Então a nossa proposta a gente falou ó, vai acontecer uma mudança aqui, e ela vai afetar diretamente vocês.” Eduardo Fernandes⁸⁵

⁸³ Entrevista realizada com Olavo Ekman em 04/10/2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 3

⁸⁴ Em entrevista realizada para esta pesquisa em 04/10/2012

⁸⁵ Em entrevista realizada com Eduardo Fernandes em 27/09/2012 integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 1

Realizando em “Estão Vendendo o Nosso Espaço Aéreo” um trabalho diferente do realizado em Galinha, o BijaRi usa de estratégias iguais à estratégias utilizadas em campanhas publicitárias de empreendimentos imobiliários para se comunicar com os frequentadores do local.

“A gente se apropriou das estruturas de visualidade da especulação imobiliária. Então, naquele tempo ainda era muito permitido, por exemplo, placas de venda de apartamento, nas ruas. Então todo final de semana ficava infestado, 1 dormitório, 2 dormitórios, 3 dormitórios, em todas as esquinas de São Paulo. Então a gente pega essas placas e pinta elas com outros dizeres. Então a gente faz um desvio, então a gente começa a falar, criar novas imagens.” Rodrigo Araújo⁸⁶

Ainda sobre este assunto, Geandre Tomazoni⁸⁷, nos conta que uma grande parte das placas utilizadas foi também roubada de uma empresa que o BijaRi prestava serviços: “A gente tinha prestado serviços de vídeo pra evento de uma construtora e essa mesma construtora que nos pagou, a gente ia de noite nos estandes deles e roubava as placas deles pra poder financiar o Zona de Ação”.

Realizando uma série de ações como a panfletagem, o comício, exposição de placas/cavaletes, atos celebrativos, show, apresentação de vídeos o grupo tenta explicar para o frequentador do Largo da Batata conceitos como o de gentrificação, especulação imobiliária, os CEPACs.

“Então a gente viu que isso ia acontecer, e começou, então passou uns dois, três meses de mil maneiras conversando com as pessoas e falando isso em entrevistas, pôsters, em panfletos, em cartografias, em celebrações, em mostra de filmes, então a gente fez um processo ali...” Rodrigo Araújo⁸⁸

Para este projeto foi também desenvolvido um pôster que eles chamam pôster da gentrificação que foi colocado nos tapumes das obras em construção do futuro metrô da Av. Faria Lima – metrô Pinheiros. Que segundo Rodrigo se tornou uma ‘arma conceitual’, sendo utilizada também em outras situações.

⁸⁶ Entrevista realizada com Rodrigo Araújo em 04/10/2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 2

⁸⁷ Entrevista realizada com Geandre Tomazoni em 09/10/2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 4

⁸⁸ Entrevista realizada com Rodrigo Araújo em 04/10/2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 2



Figura 117: Imagem dos cartazes da gentrificação criados inicialmente em 2004 para o projeto Zona de Ação no Largo da Batata e utilizados posteriormente em outros locais da cidade. Na imagem vemos os cartazes serem aplicados em placas publicitárias do mercado imobiliário, foi para o projeto Splac ocorrido em 2005 e realizado em parceria com a Cia Cachorra, coletivo paulistano. (Imagem cedida pelo grupo BijaRi)

Quando em 2005, surge a oportunidade de participar da plataforma CUBO , a ser realizada da região central de São Paulo o BijaRi vai à Praça do Patriarca, um local que já havia sofrido o processo de higienização através da “Operação Limpa” . Vão à um local que já havia perdido seu grau elevado de horizontalidade para realizar a ação João Bobo, fazendo com que a horizontalidade perdida do espaço fosse re-ativada ou potencializada pela ação. Sobre isso Eduardo Fernandes⁸⁹ faz um relato interessante sobre a violência visível e invisível que existe em São Paulo e a dificuldade dos coletivos artísticos trabalharem na cidade:

“ A gente estava discutindo a questão da violência no centro, não a violência subjetiva da qual você é sujeito a todo dia, mas também uma violência oculta, uma violência sistêmica que está ali por trás. Essa violência que permeia todo tipo de relação aqui dentro do centro. Não só do centro, mas da cidade como um todo. A cidade de São Paulo é uma cidade que é engraçado, por exemplo, você vê os grupos, os coletivos de fora de São Paulo, eles vêm acostumados a trabalhar, lá em Salvador, quando o Gia veio pra cá, gente do Rio, gente de fora assim, os grupos que também estão nessa pegada de trabalhar na rua, que dominam essa tecnologia entre aspas de trabalhar na rua. De como trabalhar na rua, como se posicionar, chegar nas pessoas, não sei o que. Até eles dizem rapaz, mas é difícil trabalhar em São Paulo. Porque tem uma agressividade, uma violência e o morador de rua da cidade de São Paulo é o cara que sofre violência de tudo quanto é lado, né? Todo tipo de violência, do rapa, da polícia, institucional, do cara que passa. Ô, me dá dez centavos aí? Não tenho. Ah não sei o que, não vou dar cara não tenho não me enche o saco. Tudo isso, então toda essa violência permeia essa vida...”
Eduardo Fernandes⁹⁰

⁸⁹ Em entrevista realizada com Eduardo Fernandes em 27/09/2012 integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 1

⁹⁰ Em entrevista realizada com Eduardo Fernandes em 27/09/2012 integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 1

Ao contrário do processo de criação do trabalho Galinha em João Bobo desenvolvem um trabalho que foi resultado de investigação e pesquisa. Eles já tinham ciência tanto do grau de horizontalidade do espaço como também do potencial do trabalho deles, Geandre Tomazoni ⁹¹relata isso comparando o processo da Galinha com o do João Bobo:

“...e o João Bobo já foi outro processo. Analisando de uma forma mais analítica mesmo, mais discutida, mais debatida, escolher realmente, não é vermelho, é laranja, é azul, é João Bobo, é piscina, então é, estamos abertos as duas pontas. Você pode tanto partir de uma coisa extremamente elaborada, extremamente consciente, extremamente calculada, mas também não precisa negar alguma coisa que você sente por ímpeto, que acontece na hora, até porque tem trabalhos que tem um tempo né não é só o lugar específico, mas o tempo específico, não pode perder tempo demais senão acaba o contexto, né.” Geandre Tomazoni ⁹²

Com a análise destes três trabalhos vemos claramente uma linha construtiva, observando como o trabalho cresceu e o discurso do grupo também, ficando mais elaborado.

Em ““Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo”, o BijaRi dá voz às pessoas, para falarem no vídeo, para falarem ao microfone, já em João Bobo apesar de termos também entrevistas no vídeo, através dos bonecos o grupo faz o corpo das pessoas falarem, baterem nos objetos, propondo o direito de resposta aos acontecimentos, fazem com que as pessoas saiam da passividade e quebrem certos códigos de conduta corporal. Questionando também a passividade destas classes da população que sofreram a ação da prefeitura.

Perguntados sobre a recepção de seus trabalhos e se esperam certas reações das pessoas, Geandre Tomazoni ⁹³responde que eles buscam locais nos quais sabem que vai haver potencial de reverberação e potencial de resistência.

Perguntados mais especificamente sobre a ação “Estão vendendo nosso espaço aéreo” se eles esperavam que os frequentadores, diante de toda a informação passada através do projeto fizessem algo para mudar a situação. Eduardo Fernandes ⁹⁴ diz que os frequentadores do Largo da Batata não eram organizados ou mobilizados, eles estavam divididos, brigavam entre eles, “Porque você tinha o comerciante que brigava com o camelô legalizado que brigava com o clandestino que brigava com a polícia que brigava com o rapa, todo mundo brigava com todo mundo ali, competiam. E no final das contas todo mundo foi

⁹¹ Entrevista realizada com Geandre Tomazoni em 09/10/2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 4

⁹² Entrevista realizada com Geandre Tomazoni em 09/10/2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 4

⁹³ Entrevista realizada com Geandre Tomazoni em 09/10/2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 4

⁹⁴ Em entrevista realizada com Eduardo Fernandes em 27/09/2012 integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 1

tratorado.” Segundo ele este trabalho tinha um potencial transformar as pessoas, mas só um ‘potencial’.

Em “Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo” o grupo trabalho diretamente com teoria e prática, perguntados sobre como se dá o processo de criação do grupo, nesta confluência que envolve teoria e prática. Geandre Tomazoni ⁹⁵ cita Milton Santos dizendo que certa vez ouviu do geógrafo que o intelectual tem o compromisso com a verdade e não com a comunicação e diz que o BijaRi faz um exercício de criar um diálogo com os intelectuais. Em “Estão Vendendo Nosso Espaço Aéreo” houve esse diálogo com os intelectuais, no qual compreenderam o conceito de gentrificação, suas origens e conseqüências e a partir disso tornaram o conceito fácil de ser comunicado através de cartazes, imagens, desenhos, com o intuito de fazer as pessoas compreenderem de forma mais rápida o conceito.

“Então esse mecanismo, ele parte de uma coisa rasa que a gente vai aprofundar ou às vezes ele parte de uma coisa extremamente hermética difícil que a gente até leva um tempo pra entender como foi o próprio processo de gentrificação (...) que a gente vai tentar materializar isso de outras formas que sejam mais rápidas, não superficiais, mas que tenham uma forma mais direta (...) É preciso um esforço de dar pelo menos um gancho, se não é possível fazer uma síntese (...) é super importante as duas pontas sabe (...) estar atento e buscar uma pesquisa mais aprofundada.” Geandre Tomazoni⁹⁶

Perguntados em entrevistas individuais realizadas pessoalmente a fim de saber do próprio grupo se eles se consideram ativistas as opiniões divergem, para Eduardo Fernandes o BijaRi é um grupo ativista, possuindo orientação política progressista.

Já Olavo Ekman⁹⁷ não os consideram ativistas, dizendo que o ativismo é a ação de dar uma resposta à um problema proposto, propor ao invés de somente contestar, para ele a arte pode ser contestadora sem ser ativista

Para Rodrigo Araújo⁹⁸, ativistas têm o objetivo de transformação da realidade muito claro, no qual vendo as urgências trabalham a fim de mudá-la, sendo o mais importante o objetivo final. E exatamente por isso que ele considera o grupo como artistas políticos e não ativistas, pois por mais que trabalhem as urgências, também a fim de transformar a realidade, consideram mais importante o processo, o caminho para se chegar ao objetivo, considerando

⁹⁵ Entrevista realizada com Geandre Tomazoni em 09|10|2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 4

⁹⁶ Entrevista realizada com Geandre Tomazoni em 09|10|2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 4

⁹⁷ Entrevista realizada com Olavo Ekman em 04|10|2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 3

⁹⁸ Entrevista realizada com Rodrigo Araújo em 04|10|2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 2

mais importante a vivência do próprio grupo bem como as das pessoas envolvidas no processo.

Já Geandre Tomazoni ⁹⁹ considera a questão de ser crítico anterior ao ativismo, anterior a ser artista, dizendo que ela é uma questão humana:

“Eu não posso me conformar com o estado das coisas quando eu percebo o tamanho da injustiça das práticas. Então pra mim isso é anterior até ao termo ativismo, pra mim é natural que eu não me conforme com as injustiças. Eu não posso me conformar. Você tem o direito de desejar que seja diferente. Então o que chamam de engajado, de ativismo, pra gente é natural. Então pode ser ativista, tem gente que chama de ‘artevismo’, pra mim tanto faz, sinceramente, pra mim é exercício de cidadania. Acho que o exercício de cidadania ele já demanda essa crítica, então nesse sentido se o radical do ativismo é ser ativo, sem dúvida somos ativistas.”

Como é sabido o grupo BijaRi funciona também como empresa, atuando no segmento de design, *motion design*, *vídeo mapping* e cenografia. Sobre essa dinâmica na qual coletivos se tornam empresas Mesquita (2011:141) diz:

“Cooptados , serializados, atomizados ou mecanizados pelo mercado criativo, coletivos de artistas podem, facilmente, transformar-se em ‘coletivos tm’, empresas ou marcas competindo entre si, seja na absorção da produção imaterial e do formato colaborativo em campanhas publicitárias patrocinadas por empresas de bebidas e celulares, no espaço de trabalho pouco generoso em uma instituição de arte, na confiança inocente no mercado ou pela busca incansável em obter visibilidade na mídia e no circuito através de um projeto comercial”. (MESQUITA, 2011:141)

O grupo BijaRi se situa entre esses dois mundos e, segundo eles, existem empresas que os consideram um grupo coletivo de comunistas, ativistas e politizados, e alguns coletivos os vêem como artistas publicitários , alguns dos integrantes do grupo gostam dessa polêmica. Para Rodrigo Araújo ¹⁰⁰ a cooptação é muito comum, mas ao fazerem uma ponte entre esses dois mundos, estão quebrando certos preconceitos existentes nas duas pontas.

“Acho que é difícil sim manter a linha, não ser cooptado. Acho que o capital tá aí pra depois pegar a sua melhor ideia, sem dúvida, e usar pra morder, pra vender mais. Eu acho que a gente vai ser engolido, talvez nossa missão seja ser engolido que nem um espinho que desce rasgando tudo. A garganta,

⁹⁹ Entrevista realizada com Geandre Tomazoni em 09|10|2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 4

¹⁰⁰ Entrevista realizada com Rodrigo Araújo em 04|10|2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 2

depois chega na barriga, provoca uma diarreia, um vômito... E é isso, e tentar se reintegrar pra depois que ser vomitado.” Rodrigo Araújo¹⁰¹

Dentro dessas tensões em relação à sua forma de trabalho, já recusaram alguns trabalhos que não se adequavam ao viés ideológico do grupo, como fazer campanhas políticas e programas políticos. Sem purismos trabalham nessa dicotomia em que, segundo eles, uma acaba influenciando a outra. Interessante notar a partir das entrevistas e depoimentos dos integrantes do grupo é que essa dicotomia de fazerem trabalhos de arte e trabalhos comerciais acaba influenciando as duas áreas. Olavo Ekman¹⁰² explica que se para fazer um trabalho artístico precisam ter uma carga conceitual mais pesada com uma pesquisa, eles levam essa mesma tecnologia para os trabalhos comerciais ao passo que para fazer os trabalhos comerciais eles precisam saber trabalhar com prazos, saber utilizar certas ferramentas e toda essa inteligência também é levada para os trabalhos artísticos.

Como por exemplo, a pesquisa de vídeo *mapping* do Bijari nasceu de uma demanda comercial que passou a ser utilizada em trabalhos artísticos. E diversas vezes se utilizam da estrutura já montada do escritório para produzir trabalhos não comissionados e que são mais críticos, ativistas e engajados.

Eles nos contam que dentro da própria estrutura de empresa podem surgir projetos interessantes como o caso de um cliente da empresa BijaRi que sabendo que o grupo possuía também trabalhos artísticos ativistas encomendou | patrocinou um trabalho artístico, uma intervenção ativista para a vinda do Bush ao Brasil, na qual o grupo criou faixas com os dizeres “temos álcool pra dar e vender, eu vim aqui fazer um acordo de etanol com o Lula” e o *stencil* com a imagem de uma pessoa jogando um coquetel molotov na imagem do Bush com a seguinte frase “*ethanol, molotov for yankee targets*” segundo o grupo esta ação repercutiu no Brasil e outros vários países.

Aí fica uma questão, pode-se vender o ativismo? Deixaremos essa questão em aberto, pois não faz parte dos objetivos deste trabalho e não temos fôlego neste momento para entrar nestas questões. Mas de alguma maneira, consideramos este modelo de trabalho e a forma com que o grupo lida com essa dicotomia muito divertida.

Perguntados sobre qual a diferença entre fazer um trabalho artístico e um trabalho comercial dentro do estúdio Olavo Ekman responde dizendo que a grande diferença é que no trabalho artístico o briefing do projeto é do próprio BijaRi. Dando como exemplo a primeira

¹⁰¹ Entrevista realizada com Rodrigo Araújo em 04|10|2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 2

¹⁰² Entrevista realizada com Olavo Ekman em 04|10|2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 3

exposição individual do grupo “Estado do Sitio” realizada em 2012 na qual o estúdio parou todos os funcionários por cerca de um mês para a produção da exposição.

4.3 Sem Purismos – quando a arte vira campanha publicitária

A palavra Publicidade é a “arte, ciência e técnica de tornar (algo ou alguém) conhecido nos seus melhores aspectos, para obter aceitação do público”, o que no caso de uma empresa, seria a idéia de disseminar os valores de uma marca através de alguma técnica, uma estratégia, por qualquer meio de comunicação incluindo aqui o espaço urbano, a internet e as redes sociais. Uma das estratégias de campanhas publicitárias na atualidade é a de divulgar seus produtos, sua marca através de seus valores e sem estar explícito o nome da marca e do produto e sem usarem suportes tradicionais de publicidade, fazendo ações em locais alternativos.

Assim, campanhas publicitárias se utilizam do discurso usado por artistas e artistas ativistas em campanhas publicitárias transformando-os em mercadoria vendável.

Esse discurso é cooptado e aos poucos vai se tornando um discurso hegemônico e a linguagem da revolução perde seu potencial de transformação, na qual ela é usada para vender mais produtos e estimular ainda mais o consumo.

Segundo Mesquita (2011), a Internacional Situacionista foi um dos primeiros grupos a observar as estratégias de recuperação pelo processo do espetáculo, ou da arte vanguardista pelas categorias pré- estabelecidas, sendo depois aceita institucionalmente, talvez por isso, entre as táticas da IS¹⁰³ estava o uso de ferramentas do discurso hegemônico como suporte para suas intervenções, invertendo o processo de recuperação.

Um pouco parecido o que o BijaRi faz ao tentar cooptar ‘empresas’ para financiarem seus trabalhos, em entrevista à revista SOMA, perguntados sobre os conflitos ideológicos entre a “instância política” do coletivo e os trabalhos comissionados o BijaRi responde:

“É verdade que essa dualidade pode em alguns casos ser perigosa e contraditória. Procuramos ter um conhecimento de nossos clientes, suas áreas de atuação e consciência de nosso papel dentro de sua cadeia produtiva. É verdade também que sempre atuamos de forma independente ao mercado da arte, o que nos pareceu interessante por permitir produzir arte de forma totalmente soberana ao seus fluxos e estéticas. Criamos produtos de design e animação para o mercado, e dessa forma, tentamos seduzir esses agentes pra patrocinar nossos projetos de arte, e não o inverso. Algumas vezes conseguimos, a maioria não, mas gostamos de pensar nessa

¹⁰³ Internacional Situacionista

contaminação ao reverso. O que no final é o que entendemos como o papel da arte: buscar questionar, intervir e possivelmente modificar estruturas hegemônicas ineficientes e indesejadas”.¹⁰⁴

Exemplo recente disto foi a participação do grupo BijaRi na campanha publicitária da marca Intel.

4.1.2 O caso a Intel - quando a arte vira campanha publicitária

No mês de setembro de 2012 a Intel, empresa norte-americana de tecnologia, criou uma campanha de marketing voltada para o mercado Latino Americano chamada “Desafio Ultrabook”, o Ultrabook é um modelo de computador do tipo sub notebook (super fino) lançado pela Intel para concorrer com o MacBook Air da Apple.

No “Desafio Ultrabook” a Intel convidou 4 estúdios da America Latina para que a cada semana resolvessem um briefing proposto pela empresa, para isso cada equipe recebeu um computador Ultrabook . Segundo a página de divulgação da campanha na internet “Cada equipe recebeu um Ultrabook como parceiro criativo para impulsionar idéias e trilhar o caminho desse jogo. Por que mais incrível do que um Ultrabook é o que você pode fazer com ele”.

Os estúdios convidados para o desafio foram BijaRi do Brasil, La famosa do México, Toxicomano da Colômbia e Zaramella da Argentina. Na primeira semana de desafio, com o tema “Liberdade em Movimento”o briefing para as equipes era o seguinte:

“10 em cada 10 pessoas querem mais liberdade em suas vidas. Por isso, o desafio dessa vez é “Liberdade de Movimento“. Cada equipe preparará um vídeo mostrando como o Ultrabook™ ajuda você a ter mais liberdade. Assista e compartilhe seu vídeo favorito. Você vai ver que com o Ultrabook™ é possível fazer o que quiser sem perder a mobilidade e a conectividade”.¹⁰⁵

Respondendo ao briefing o BijaRi criou um vídeo no qual mostra inicialmente o trânsito frenético da cidade de São Paulo com um grande fluxo de pessoas, neste cenário plantas começam a nascer das estruturas de cimento e estruturas hidráulicas, já grandes essas mesmas plantas passam a caminhar pela cidade até que encontram um carro abandonado no meio de uma rua paulistana e começam a ocupá-lo. Quando o carro está todo tomado de plantas, luzes de LED começam a piscar e ele passa a circular pela cidade.

¹⁰⁴ <http://www.soma.am/noticia/bijari-abre-a-expo-estado-de-sitio-neste-sabado-na-choque-cultural> Acesso em 04/04/2012

¹⁰⁵ yourvideos.intel.com.br/pt/desafio/1 Acesso em 28/09/2012

O carro usado no vídeo é o trabalho “Carro Verde”, projeto do grupo BijaRi realizado em 2008 que está classificado dentro da plataforma Natureza Urbana.

A plataforma Natureza Urbana discute questões relacionadas a cidade, como danos ambientais, rodoviarismo, aumento da temperatura, falta de espaços verdes, enfim questões relacionadas à sustentabilidade. Nele, se apropriam de “equipamentos e estruturas urbanas símbolos e agentes de um modelo nocivo de ocupação”, subvertendo os seus usos e inserindo neles, plantas das mais diversas famílias. Os equipamentos já utilizados dentro dessa plataforma foram outdoors, ônibus, caçambas de lixo e no caso do Carro Verde, o carro.

Perguntados sobre a associação do nome do grupo a uma empresa como a Intel, em uma campanha para promover um dos computadores da marca Olavo Ekman responde que prefere que a marca do BijaRi esteja ligada a uma empresa como a Intel ao invés de estar ligada a uma empresa que faz combustível como a Petrobras por exemplo e que é a empresa que patrocina 99% dos projetos culturais e artísticos no Brasil.

Ele responde que houve uma preocupação em relação a como que a imagem do grupo seria vinculada à marca da Intel, argumentando que os vídeos que foram criados para o projeto não exibem a marca da empresa e que neste projeto tiveram total liberdade de criação. “Ao final a Intel acabou financiando novos vídeos”, Olavo nos diz que esse foi um dos caminhos que o grupo encontrou para que os trabalhos artísticos fossem patrocinados. E que de certa forma essa parceria, divulga mais o trabalho do grupo, fazendo com que ele seja mais conhecido. “Porque o artista precisa ser visto” ele diz.

Para Olavo este é um dos modelos de negócio que o grupo gostaria de ter no futuro, de serem sempre patrocinados. Mas sempre pensando com quais são as empresas que eles vão se associar. Outra preocupação quando existe um trabalho desses é a de não fazer com que o trabalho fique parecendo “art-washing”, termo criado por eles que significa dar uma roupagem artística, para um projeto corporativo.

Como este modelo de negócio ainda não é uma prática constante entre os trabalhos do grupo eles vão se mantendo desenvolvendo trabalhos artísticos e trabalhos comerciais, dizendo que o que paga a estrutura são os trabalhos comerciais. E os trabalhos comerciais eles fazem porque o estúdio precisa gerar renda, para sustentar, manter a estrutura do escritório, essa é a grande questão para o grupo, pagar as contas, pagar a estrutura do estúdio que possui funcionários, assessorias contratadas e pagar os sócios também.

Olavo Ekman diz que existem curadores e pessoas do meio artístico que acham que o BijaRi não pode fazer trabalho comercial nenhum. E existem, curadores que acham que eles não são artistas por fazerem trabalhos comerciais, rotulando-os de designers. Sobre isso

Olavo contra-argumenta que as pessoas devem entender que a realidade brasileira é outra, diferentemente da Europa ou do EUA, querendo nos dizer que artistas brasileiros possuem muita dificuldade de se manter, principalmente artistas que trabalham com processos, com intervenção urbana. Para Olavo Ekman eles não estão se vendendo eles estão tentando se associar de algumas maneiras possíveis a empresas que eles acham interessantes.

Para Geandre Tomazoni trabalhar para a Intel foi uma forma de viabilizar 3 trabalhos novos, realizados com uma estrutura muito maior do que as instituições dão aos artistas. Dizendo que a maioria das instituições artísticas brasileiras na atualidade funcionam em um esquema na qual os artistas patrocinam as instituições culturais.

Segundo Eduardo Fernandes a forma com o que o BijaRi está organizado, trabalhando como empresa e como coletivo artístico, permite que um cachê irrisório que é pago por uma Instituição Artística não seja um fato muito importante ou que inviabilize a participação do grupo. Diferente da realidade dos coletivos de artistas que vivem apenas de arte, de editais, de projetos de instituições de arte. Dizendo-nos que a mesma coisa que permite que o BijaRi seja objeto de crítica, permite que eles façam trabalhos artísticos sem se preocuparem muito com o que as instituições vão pagar, porque o que se paga é sempre um valor irrisório: “é ridículo o dinheiro que os caras pagam.” Dizendo que a “paranóia financeira econômica foi passada para o trabalho comercial e não para o trabalho artístico.”:

“...porque no final das contas, o artista faz uma puta performance, mas no final das contas é um artista profissional, mas o cara, ele depende de dinheiro. Ele vai fazer um negócio está meio desarticulado, não sei o que, fica aquela coisa né... porque é aquela coisa sofrida mesmo né da pobreza mesmo... aí te chamam pra trabalhar e te pagam um cachê aviltante esperando que você faça... que você transforme água em vinho. Sabe? Então é uma angústia, esse é o tipo de angústia pela qual o BijaRi do seu modo, tão criticado, tão qualquer coisa assim que seja ...é permitir essa liberdade. Você é um pouco mais livre e você pode dar muito mais...” Eduardo Fernandes¹⁰⁶

Segundo relato de Rodrigo Araújo¹⁰⁷, existem muitos coletivos, coletivos ativistas que acreditam que é errado fazer trabalhos para empresas privadas ou em parcerias ou serem patrocinados, só podendo trabalhar com Instituições Culturais públicas como o Ministério da Cultura por exemplo, sob a alegação de que não podem servir ao capitalismo. Não importando de onde o dinheiro vem, se já estão todos inseridos dentro do capitalismo.

¹⁰⁶ Em entrevista realizada com Eduardo Fernandes em 27/09/2012 integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 1

¹⁰⁷ Encontros e entrevistas realizadas com Rodrigo Araújo em 28/09/2012, 01/10/2012 e 04/10/2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 2

“ não importa de onde vem o dinheiro, o sistema capitalista está pra todo mundo. Então, ou você vai radicalizar ...ou você vai aceitar o desafio de assumir contradições, porque nós temos contradições e eu não estou negando aqui, não estou arrotando incoerência eu acho que a contradição faz parte, está aí, mas é preciso ter coragem de assumir isso. Eu vou, vou acertar, vou errar, vou criticar, vou ser criticado, acho que isso é o processo.” Geandre Tomazoni¹⁰⁸

Rodrigo Araújo¹⁰⁹ nos diz que muitas vezes eles tem mais liberdade de processo trabalhando com empresas, pois diversas vezes foram censurados, podados e cortados por instituições culturais e instituições governamentais.

É senso comum no grupo que não importa de onde vem o dinheiro, mas o importante são os acordos, os contratos que vocês faz com as instituições, sejam elas públicas, privadas ou as instituições guaranianas. Na qual deve-se conseguir potencializar o trabalho mantendo a integridade dele e de seu processo. Geandre diz que o importante é não perderem o senso crítico, não se prejudicarem no processo

Citando como exemplo um trabalho em uma galeria de arte no qual tiveram total liberdade de criação e outro em uma instituição cultural na qual foram podados e censurados. No caso a galeria aqui é a Choque Cultural e a instituição Cultural é o SESC São Paulo. O trabalho na Galeria reverberou muito mais ao ponto de ter acontecido um debate publico ao passo que o trabalho na galeria que poderia ter reverberado , foi podado pela própria instituição.

O importante é a relação que se estabelece com as instituições, empresas ou galerias, pode-se estabelecer um espaço critico trabalhando para uma empresa. São os acordos e não o lugar. Sempre mantendo a critica.

Dizendo que não é a galeria nem a instituição que vai anular o trabalho do artista é a sua postura ao entrar na galeria que vai determinar se aquilo tem crítica se tem potência ou não.

O grande trabalho do BijaRi é ser BijaRi, é o que diz Geandre Tomazoni¹¹⁰ que o trabalho comum do grupo é segurar a sua própria existência, pelo fato do grupo persistir existindo depois de 15 anos de existência, “pagar as próprias contas, sobreviver, tirar a vida, exercer a crítica, exercer a poética, enfim sobreviver, trabalhar em conjunto com o outro,

¹⁰⁸ Entrevista realizada com Geandre Tomazoni em 09|10|2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 4

¹⁰⁹ Encontros e entrevistas realizadas com Rodrigo Araújo em 28|09|2012, 01|10|2012 e 04|10|2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 2

¹¹⁰ Entrevista realizada com Geandre Tomazoni em 09|10|2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 4

criticar e ser criticado”. Atentando para o fato de que de todos os coletivos que surgiram no mesmo período que o BijaRi a maioria não existe mais.

E para se manter para manter a estrutura, acabam pegam trabalhos que as vezes se arrependem de terem feito , como é o caso da Melissa. No qual ao invés de industria cooptar o trabalho e a linguagem do artista o próprio artista vende esta linguagem para a industria.

4.1.3 O caso da Melissa - quando a arte é vendida para uma campanha publicitária

Em 2008, três anos depois, da realização da intervenção João Bobo, o grupo BijaRi foi convidado pela +LUZ casa de criação comandada por Beth Prado e Fábio Mendes para desenvolverem em parceria a campanha de lançamento da linha Melissa Corallo, linha assinada pelos irmãos Fábio e Humberto Campana para a empresa Melissa, que consistia no lançamento de uma sandália e uma bolsa, produtos estes sendo divulgados como 30% reciclados. O nome da campanha era SUSTENTE-SE, segundo a agência +LUZ queriam que as pessoas refletissem sobre a ideia de sustentabilidade e colocassem-na em prática no seu dia a dia. Tendo como objetivo principal vender o produto – sandália e bolsa – vinculando à ideia de sustentabilidade. Para essa campanha foram produzidos vídeos, ‘ações de guerrilha’ e ‘intervensões artísticas’. A campanha também estava vinculava a ONG Visão Mundial, pois parte da venda dos produtos seria destinada aos projetos de enfrentamento de pobreza e exclusão social da ONG.

A intervenção artística consistiu na realização de projeções em pontos estratégicos da cidade de São Paulo e Rio de Janeiro,¹¹¹ com cenas de João Bobos gigantes com frases como “seja consciente, recicle, re-use” e também a inserção de dezenas de João Bobos em diferentes lugares das cidades, causando uma mudança na paisagem e promovendo uma interação com o cidadão. Cada João Bobo recebeu uma frase diferente sobre o tema, com o intuito de fazer as pessoas refletirem sobre o assunto e descobrirem como é possível ter atitudes sustentáveis.

“A tomada cada vez mais agressiva do espaço urbano pela publicidade, empregada pelas multinacionais para levar ao mundo sua essência simbolizada em uma marca, é parte da incansável invasão do “império dos signos”. Vendem-se modos de pensar e conceitos adequados ao discurso exaltado do alternativo e das atitudes transgressoras que atendem nichos de mercado e diferentes públicos. Na guerra de memes onde sobrevive aquele com maior força de persuasão, a cultura, profere Thomas Frank, se transforma em “uma batalha binária entre a ordem Apolínea e repressiva do

¹¹¹ <http://www.meionorte.com/coisasdatati>

capitalismo e os impulsos Dionisíacos da contra-cultura” in Frank e Weiland, 1997: 35) pag. 182

A Melissa aqui por meio do seu discurso vinculado à sustentabilidade, cooptando práticas artísticas constrói a imagem de sua marca, nesta campanha o produto Melissa – Corallo transmite os valores da empresa, com o fim de perpetuar a cultura do consumo, fazendo com que o seu consumidor final se identifique com os valores da marca e acabe consumindo ainda mais. Como o discurso da sustentabilidade é algo que está em pauta na atualidade acabou virando parte dos valores e missões de empresas que querem criar relações de identificação com o consumidor final e serem bem vistas por eles. Só que dentro do discurso da sustentabilidade existe a idéia do não consumo, do consumir conscientemente, do consumir menos.

Geralmente, o ativismo dos coletivos são anti-corporativos e suas práticas criam uma contra-comunicação diante da comunicação hegemônica, sobre as estratégias e táticas dos coletivos Mesquita diz:

“Suas práticas públicas e alternativas intervêm na esfera das lutas políticas, no regime de signos, de marcas e de imagens, desmontando funções e lógicas internas de governos, ideologias, sistemas e administrações, ao mesmo tempo em que se resiste à cooptação, muitas vezes quase imediata e inevitável do discurso radical estético”.(MESQUITA, 2011:143)

Sobre essa situação contraditória na qual assumimos a postura, o papel e as atitudes daqueles que criticamos, Fabiane Borges sem se tirar da crítica, em seu texto “Vazadores (Os Ladrões da Galeria)” para o livro NABORDA (no prelo) diz que “Constantemente corremos o risco de estacionarmos exatamente no posto que outrora criticávamos. Risco popular, em que muitos caem sem sequer perceber ou fazer autocrítica. A história está cheia disso, o escravo fascista, o porteiro autoritário, sujeitos que assumem o papel do opressor. Esse comportamento se dá de forma inconsciente, geralmente com algum gozo, enfeitado por um delírio de poder, que se sustenta com o reconhecimento e a inveja alheia. Os descuidados podem não perceber quando estão assumindo o posto, são os outros que notam”.

O que está em questão aqui não é apenas a ‘recuperação’ das táticas e estratégias do ativismo coletivo para a publicidade, mas também a atitude do grupo BijaRi ter vendido o mesmo projeto, a mesma ‘tática’ de ação, com uma roupagem diferente para uma empresa multinacional. (o que o BijaRi tem a dizer sobre isso?)

Assumindo o projeto como um erro, Geandre Tomazoni ¹¹² nos diz que com o trabalho para a Melissa eles foram muito criticados por amigos, pela crítica, por curadores e pelos outros coletivos. Eles não divulgam este trabalho mas também não o negam dizendo que fazem a sua própria crítica também. Diz que o projeto fez parte da estratégia de sobrevivência do próprio coletivo, esta sobrevivência às vezes tem um preço alto:

“...é uma postura difícil, é duro de engolir até pra gente, a gente não gostaria de fazer assim, mas há um momento que é uma estratégia de sobrevivência mesmo (...) é um momento de estratégia mesmo, (...) a gente faz parte do sistema capitalista e durante vários momentos da nossa história esse foi o preço. De vender uma coisa que a gente não queria e em algum ponto isso dói, mas isso permitiu que a gente continuasse em grupo. (...) acho que tem coisas que foram equivocadas mesmo, mas a gente aprende com esses erros.”

Citando Federico Geller do Grupo de Arte Callejero diz que o trabalho do artista ao ser cooptado, se ele for suficientemente crítico, tiver potencial ele vai ser cooptado mas depois ele vai sobreviver de alguma outra forma. “Então acho que a luta é manter o senso crítico, seja onde for, então se você está seguro e o senso crítico está bem elaborado e está bem construído você vai poder levá-lo aonde for mesmo que haja uma armadilha ali, um desejo de cooptação. As vezes você vai perder e eventualmente você vai ter sucesso.” Dizendo-nos que o trabalho se ele tiver potência pode sobreviver à cooptação e o projeto João Bobo sobreviveu.

No projeto SUSTENTE-SE realizado para a indústria Melissa, ao invés da publicidade cooptar o trabalho artístico, observamos que o próprio grupo vende a idéia para uma campanha publicitária, vendem a forma e alteram ou adéquam ela a uma novo conceito.

Em João Bobo o BijaRi crítica o processo de gentrificação que vem ocorrendo no centro da cidade, e o processo de higienização, no qual policiais retiram aos poucos e à força o comércio informal e os moradores de rua do centro de São Paulo. Juntamente com outros coletivos em o CUBO dão voz para as pessoas falarem o que pensam.

Já em SUSTENTE-SE existe um discurso da sustentabilidade e uma crítica às pessoas, com palavras e frases fazendo-as pensar sobre o processo de sustentabilidade. Tendo como objetivo principal vender o produto – sandália e bolsa.

“Por um lado, sabemos que a matéria com a qual os coletivos atuam ainda tem um conteúdo urbano e político radical, dialoga com a vida pública e com

¹¹² Entrevista realizada com Geandre Tomazoni em 09/10/2012, integrante e um dos fundadores do grupo BijaRi anexo nº 4

problemas que emergem na constituição das cidades, questionando os valores sociais e o próprio instinto civilizatório. Por outro lado, sabemos das dificuldades que sofrem ao tentar sustentar essas práticas, seja por falta de recursos financeiros próprios ou falta de investimento de órgãos competentes”. (BORGES, in NABORDA, 2012: 14 no prelo)

Já que o grupo vive essa dicotomia para poder sobreviver e serem patrocinados perguntamos à eles o como que os coletivos, que não possuem empresas poderiam sobreviver economicamente e Geandre responde que muita coisa precisa ser mudada, e que primeiramente os “artistas tem que dar a cara à tapa.”

Ele acha que o mercado da arte tem que se ampliar para que todos os artistas, não importando a área de atuação. Citando como exemplo a grande quantidade de galerias que existe na França.

Diz-nos que a arte deve se popularizar, não ser voltada apenas para a elite, citando como exemplo trabalhos de artistas que podem ser comprados a R\$ 150,00 e R\$ 200,00 na galeria Choque Cultural.

E sobre as instituições e os editais ele diz que devem se remodelar. Os editais e as instituições destinadas a fomentar a produção não financiam a pesquisa do artista: “pra você viver de edital, você tem que ter um planejamento de dois três anos anterior, e como se financia um planejamento como esse se a minha única forma de sobrevivência é aquela?”

Citando como exemplo a última exposição da qual participaram, o projeto Na Borda realizado no SESC (Serviço Social do Comércio) Consolação no qual o SESC (Serviço Social do Comércio) para financiar o projeto pediu como contrapartida que os coletivos realizassem trabalhos inéditos, não financiando pesquisa.

5. Considerações Finais

Esta pesquisa se iniciou com o objetivo de primeiramente estudar o espaço urbano, que foi abordado neste trabalho a partir das definições de Santos (2002 e 2008), Rolnik (1988) e Lefebvre (2001) entre outros. Um dos objetos desta pesquisa, o potencial comunicante do espaço urbano, foi abordado a partir do conceito de densidade comunicacional em Santos (2008) e durante a revisão bibliográfica e o processo de escrita desta dissertação, articulamos este conceito ao potencial de horizontalidade dos espaços a fim de chegar ao que optamos por chamar de espaço urbano comunicante horizontal. Tendo este conceito tendo sido articulado ao conceito de densidade comunicacional (Santos, 2002) consideramos que poderíamos de alguma maneira provar que as praticas artísticas ocorridas no espaço urbano poderiam potencializar o acontecimento do espaço urbano comunicacional horizontal. E que de alguma maneira, essas praticas artísticas poderiam ser consideradas ‘fraturas’ (Greimas, 2001) no cotidiano, conceito de Greimas e utilizado por nós a fim pois considerávamos de o conceito de ‘fratura’ poderia potencializar as praticas artísticas ocorridas nos locais, assim potencializando o acontecimento do espaço urbano comunicacional horizontal.

Por fim e através de estudos de casos e análises das práticas artísticas do grupo BijaRi no decorrer desta pesquisa, o conceito de “Espaço Urbano Comunicacional Horizontal” ficou mais claro para nós.

Percebemos mais claramente que o “Espaço Urbano Comunicacional Horizontal” é derivado da densidade comunicacional do espaço (Santos, 2001) e pode acontecer a partir da própria relação das pessoas com o local. E que as mesmas ações de intervenção além de potencializarem a concretização do “espaço comunicacional horizontal” também podem evidenciar o grau de horizontalidade e verticalidade presente nos espaços.

Acreditamos que o espaço urbano comunicacional horizontal concretizado seja um lugar que possui uma autonomia e que possa, através da inteligência dos mediadores, dos intermediários, construir uma história de ações que sejam diferentes do projeto dos atores hegemônicos. Inserindo no espaço urbano uma nova realidade de lugar através de ações e procedimentos.

Comumente as pessoas ao invés de ter uma real relação com o espaço urbano, elas segue códigos de acervo de conduta pré-estabelecidos socio-economicamente no caso.

O “espaço urbano comunicacional horizontal” é um espaço relacional, é a relação das entre as pessoas, densidade nas relações humanas, trocas diretas de informação, objetos e serviço, senso comunitário, e cumplicidade entre as pessoas.

Ainda no primeiro capítulo afirmamos que o conceito de ‘fratura’ pode potencializar o ‘Espaço Urbano Comunicante Horizontal’, servindo na construção de outros mundos possíveis: “Faz-se necessário ressaltar que o estudo de Greimas sobre os objetos da ‘fratura’ não implica que não possam existir outros tipos de ‘fratura’ e outros tipos de recepção.

No decorrer da pesquisa e a partir dos objetos de análise que nos foram apresentados percebemos que ao utilizar os cinco tipos de fratura apresentados por Greimas (2002) em seu livro “Da Imperfeição” observamos que a fratura possivelmente potencializa o ‘espaço urbano comunicante horizontal’, na construção de outros mundos possíveis, mas na falta de dados que comprovem essa ‘fratura’ nas pessoas, não podemos afirmar como e de que forma ela ocorre.

Fez-se necessária a pesquisa sobre ativismo no espaço urbano, para termos parâmetros para a pesquisa dos processos de criação do grupo BijaRi e foi a partir deste momento que uma outra questão também fez-se importante para esta dissertação, o entendimento de como se dão as negociações do grupo BijaRi frente as tensões enfrentadas pelo grupo em relação à sua forma de trabalho e modelo de negócio.

Pois surge uma questão importante, de como um coletivo que se julga ativista pela maioria do integrantes pode atuar comercialmente e até mesmo vender uma formula do ativismo para outras empresas afim de perpetuar o modelo que eles mesmo criticam e muitas vezes negam, em seus trabalhos críticos e artísticos. Esta questão ficará em aberto, porém durante as entrevistas realizadas para esta pesquisa pudermos verificar como esta dicotomia toma forma através das narrativas do grupo. Mas, como dito anteriormente, consideramos este modelo de trabalho e a forma com que o grupo lida com essa dicotomia uma forma inteligente de lidar com o que esta posto. Trabalhando nas bordas, nos poros, atuando nas frestas do que se pode chamar de cultura hegemônica.

Usarei a partir de agora, o verbo em primeira pessoa.

Eu aprendi muito com a experiência do mestrado, com os teóricos que me ajudaram a descobrir o porquê de eu ter uma paixão pela cidade, eles me deram materiais para entendê-la e melhor compreendê-la. Toda essa experiência muito me serviu e servirá em minha carreira como professora, como profissional, como designer e como cidadã do mundo.

Através das análises das intervenções do grupo BijaRi, capítulo mais foi pesado e dificultoso de realizar, pude compreender pouco mais sobre a cidade, a história mais recente de São Paulo, seus processos e procedimentos, coisas que se esquece, mas está marcada nas suas artérias, vias, ruas e avenidas e cravada no corpo e na memória de seus cidadãos.

Com o grupo BijaRi consegui compreender que é possível transitar por diversas esferas sem perder o potencial crítico, sem deixar de mostrar o cidadão de existe dentro de cada um de nós. Trago aqui a minha experiência com minha prática profissional a fim de levá-los a compreender como foi importante ter encontrado o grupo BijaRi durante as pesquisas.

Sou formada na área das Ciências Sociais Aplicadas, no campo do Design Industrial com ênfase em projeto do produto com o seguinte trabalho de conclusão de curso: “Ecodesign”. Partindo desse trabalho, direcionei minha formação para a área de desenvolvimento sustentável, sustentabilidade e suas aplicações no design como parte primordial no desenvolvimento de um produto. Isso baseado no conceito atual de desenvolvimento sustentável, atualizado pela Agenda 21 que estabelece a integração de questões políticas, ambientais, sociais, culturais e econômicas.

Dentro desse tema tenho grande interesse no entendimento de processos criativos que promovam mudanças comportamentais para estilos de vida ‘mais’ sustentáveis através da criação de cenários inovadores que tenham força conceitual e que, preferencialmente, estejam no espaço urbano.

Exemplo disto é o Espaço Delivery criado pela International Design School for Advanced Studies em Seul, Korea. Com a problemática de moradias com pouco espaço, eles idealizaram um centro de serviços que disponibiliza espaços para eventos, festas e jantares: uma cabine de ônibus que dispõe de TV, vídeo, bar, cozinha e ainda um isolamento acústico para não perturbar a vizinhança. Uma solução para locais onde o espaço é escasso, que promove mudanças culturais relacionadas à sustentabilidade, no caso, o bem estar social.

Acredito, com certas ressalvas, que os conceitos de sustentabilidade poderiam ser facilmente aplicados ao design como os são em teoria (Manzini, Ezio 2004) mas na prática, as lógicas de consumo e de mercado não permitem que essas mudanças realmente aconteçam. O exemplo citado acima do Espaço Delivery não saiu do estágio de projeto, porque projetos experimentais nem sempre são criados para serem efetivamente empregados, mas muitas vezes tem o ‘simples’ papel de iniciar discussões sobre o ‘conceito’ daquela solução que foi criada. Outro exemplo de projeto experimental de natureza sustentável é o meu projeto da vending machine para produtos de limpeza, criado em parceria de Dayane Queiroz realizado durante o período de minha graduação para o projeto Bolsa Empreendedor, projeto implementado pela Secretaria do Desenvolvimento, Trabalho e Solidariedade do Município de São Paulo em parceria com a Telesp e a Fundação Telefônica em junho a novembro de 2004 e posteriormente premiado em 2007, no IF DESIGN AWARDS. Desde a sua concepção, teve um caráter pedagógico, que sugeria mudanças aos hábitos de consumo das pessoas, levando-as a reutilizar as embalagens: as pessoas deveriam levar embalagens (lixo) vazias até o mercado e recarregá-las, mas algumas conversas com empresas especializadas, na tentativa de viabilizar o projeto, apontaram que nem o consumidor, nem a indústria, estão preparadas para tal, da maneira como estão organizadas atualmente.

Vale também lembrar que o termo sustentabilidade vem sendo usado como bula de remédio para todos os fins, em todas as áreas do conhecimento.

A questão da sustentabilidade é um tema complexo que, como dito anteriormente aborda questões sociais, políticas, econômicas, culturais e ambientais. Este tema vem sendo abordado por todas as áreas do conhecimento de forma reducionista. Atualmente, o discurso da sustentabilidade propõe posturas mais técnicas, que não abordam todas as questões envolvidas, fazendo com que o conceito se reduza a ações domiciliares ou de reciclagem. Não tratando de fatores que são realmente relevantes como o consumismo, os modos de produção capitalista, isto é, sem uma reflexão crítica a respeito dos valores culturais da sociedade.

Philippe Layargues no artigo “O cinismo da reciclagem: o significado ideológico da reciclagem da lata de alumínio e suas implicações para a educação ambiental.” Critica a forma ingênua como é tratada a questão, lembrando-nos que todas as ações carregam uma determinada filiação ideológica, mesmo que não intencional, e que na maioria das vezes, baseadas em interesses das classes dominantes e na manutenção da ideologia hegemônica, que “dominam, oprimem e exploram tanto a natureza como certas camadas da sociedade”.

“...A sustentabilidade se continuar aceitando o papel de disseminadora do discurso oficial e enfatizando a reciclagem, sem discutir as causas da questão do lixo em suas dimensões política, econômica, social e cultural e, sobretudo, persistir na neutralidade ideológica, omitindo-se na criação de demandas por políticas públicas voltadas para o enfrentamento concomitante dos problemas ambientais e da injustiça social, será refém dos interesses alheios à transformação social e se comprometerá com uma educação liberal, não progressista.” (LAYARGUES, 2002)

Embora o conceito da sustentabilidade esteja sendo utilizado como discurso na publicidade de produtos e empresas, projetos experimentais, podem de fato apresentar idéias inovadoras baseadas nos reais conceitos teóricos de desenvolvimento sustentável. Frustrada pela não efetivação das ações e projetos experimentais que abordam a questão de maneira ampla, e por todas as questões listadas acima, passei a acreditar que o design com foco para a sustentabilidade é um projeto inalcançável.

A prática profissional, não pode mudar o mundo e a lógica capitalista. Mas o designer, mais que um profissional com habilidades técnicas, deve ser um cidadão que tenha conhecimento de seu papel social e consciência de que a atuação profissional não é um exercício ingênuo e desvinculado de questões ideológicas. Faz-se necessário, que as universidades e escolas de design formem cidadãos e não apenas técnicos para o mercado de trabalho. E que, os projetos experimentais, que podem incitar reflexões e debates, não podendo ser realizados, pois nem o consumidor, nem a indústria, estão preparados para tal, da maneira como estão organizadas atualmente, saiam das gavetas e sejam pelo menos, mais midiáticos.

Ao contrário de ações e projetos vindos do campo da arte, comparando projetos experimentais no design com qualquer ação artística que for, se levantarmos o número de pessoas impactadas ou a viralidade midiática das ações, as ações artísticas ganham em disparada. Mesmo as ações realizadas por coletivos artísticos, não legitimados pelo campo. Designers, em sua prática de trabalho, não estão acostumados a saírem às ruas, e efetivarem seus projetos, trabalhando apenas de forma comissionada. Ao contrário novamente das práticas de artistas e principalmente de artistas que trabalham de forma colaborativa ou vinculados ao ativismo cultural.

Foi então que, baseado nas práticas artísticas, passei a acreditar que ações que levem em conta características de mudança dos valores culturais não poderiam surgir das práticas do design, da forma como o design é entendido hoje, e nem tão pouco serem divulgados por meios hegemônicos, da mídia comum.

Assim, passei a me interessar por práticas artísticas, mais precisamente intervenções urbanas envolvidas com questões políticas e protestos criativos vindos de manifestações ou movimentos políticos.

O recorte mais específico do estudo do grupo BijaRi e suas práticas artísticas partiu da indicação da Banca Examinadora de Qualificação, com a pesquisa, as entrevistas realizadas, os encontros e as idas ao estúdio do grupo nasceu uma certa empatia com seu modelo de negócio e forma de atuação.

Se pensarmos que para muitos curadores, artistas e coletivos artísticos ativistas o BijaRi é considerado diversas vezes como um grupo de publicitários vendidos, ou designers.

Se invertermos a perspectiva, e olharmos o grupo BijaRi a partir do olhar de um designer, a história muda. São poucos os escritórios e estúdios de design que conseguem transitar por essas áreas que o BijaRi transita, realizando intervenções pela cidade, o ativismo, trabalhando na rua, criando e exercendo espaços críticos, potencializando a concretização de espaços urbanos comunicacionais horizontais. Geralmente designers se preocupam muito mais com a forma das coisas, os processos delas, a criação delas, mas sempre voltado para o mundo das coisas e se esquecem que as coisas são criadas pelas e para as pessoas e que envolta desse mundo de coisas também existem pessoas.

Na história do design temos alguns exemplos do design se encontrando com a política e de designers se engajando politicamente. No artigo “Contestação Gráfica:engajamento político-social por meio do design gráfico”, Neves nos lembra de todos os manifestos “por um design consciente”, e do papel socialmente engajado que o designer pode exercer, atuando em projetos não comissionados.

Acredito que a comunidade de designers, que os designers devem sim prestar serviços à sociedade como cidadãos, mostrando que o designer pode ter consciência política e social e se posicionar em relação a isso.

Penso que a comunidade do design deveria conhecer o modelo de negócio do grupo BijaRi e conhecendo, deveriam se espelhar. Primeiramente buscando o conhecimento, se informando. Depois, atuando de forma crítica, se posicionando frente às injustiças, relacionadas ao mundo ou não ao mundo do design. Se posicionando e tentando de certas maneiras, como faz o grupo BijaRi, cooptar industrias e empresas parceiras para financiarem trabalhos críticos, se posicionando. Entender e replicar essa inteligência de práticas e processos que eles aos poucos foram criando e introduzindo dentro da estrutura do grupo.

6. Referências

- BRISSAC, Nelson Peixoto. Arte – Cidade: Intervenções Urbanas. São Paulo: SENAC, 2002.
- BRISSAC, Nelson Peixoto. Paisagens Urbanas. São Paulo: SENAC, 2004.
- CANCLINI, Néstor García. Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 1997.
- CHAIA, Miguel. (org.) Arte e Política São Paulo: AZOUGUE, 2007.
- Declaração Universal dos Direitos Humanos. In: OEA. Disponível em: <http://www.oas.org/en/default.asp> Acesso em 13/02/2012.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. Mil Platôs, vol. 4: Capitalismo e Esquizofrenia. São Paulo: Editora 34, 1997.
- GALEANO, Eduardo. El derecho AL delírio. In: Libros Gratis Web. Disponível em: <http://www.librosgratisweb.com/html/galeano/el-derecho-al-delirio/index.htm> Acesso em 13/02/2012.
- GREIMAS, Julian Algirdas. Da Imperfeição. São Paulo: Hacker, 2002.
- HUIZINGA, Johan. Homo Ludens: O Jogo Como Elemento da Cultura. São Paulo: Perspectiva, 2010.
- LAYARGUES, Philippe. O cinismo da reciclagem: o significado ideológico da reciclagem da lata de alumínio e suas implicações para a educação ambiental in LOUREIRO, F.; LAYARGUES, P.; CASTRO, R. (Orgs.) Educação ambiental: repensando o espaço da cidadania. São Paulo: Cortez, 2002.
- LEÃO, L. Paradigmas dos processos de criação em mídias digitais: uma cartografia. **V!RUS**, São Carlos, n. 6, dezembro 2011. Disponível em: <http://www.nomads.usp.br/virus/virus06/?sec=3&item=1&lang=pt>. Acesso em: 19 Mar. 2012.
- LEÃO, L. ; SALLES, C. A Pesquisa em Processos de Criação nas Mídias: Três Perspectivas. In: ANPAP, Congresso da Associação Nacional dos Pesquisadores em Artes Plásticas
- LEFEVBRE, Henry. Direito à cidade. São Paulo: Centauro, 2001.
- MAFFESOLI, Michel. A república dos bons sentimentos: documentos. São Paulo : Iluminuras, 2009.
- MARCUSE, Hebert. A Dimensão Estética. São Paulo: 70, 2007.
- MARICATO, Ermínia. In: Carta Maior. Disponível em: <http://ponto.outraspalavras.net/2012/01/30/terror-imobiliario-ou-expulsao-dos-pobres/> Acesso em 08/02/2012.
- Pacto Internacional sobre os Direitos Cíveis e Políticos. In: OEA. Disponível em: <http://www.oas.org/en/default.asp> Acesso em 13/02/2012.
- Pacto Internacional sobre os Direitos Econômicos, Sociais e Culturais. In: OEA. Disponível em: <http://www.oas.org/en/default.asp> Acesso em 13/02/2012.

- Projeto Nova Luz. In: Novaluz. Disponível em: <http://www.novaluzsp.com.br/> Acesso em 08/02/2012.
- ROLNIK, Raquel. O que é Cidade. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- ROLNIK, Raquel. Diversos textos. In: Raquel Rolnik Wordprees. Disponível em: <http://raquelrolnik.wordpress.com/> Acesso em 25/02/2012.
- SABOYA, Renato. O que é especulação imobiliária. In: Urbanidades. Disponível em: <http://urbanidades.arq.br/2008/09/o-que-e-especulacao-imobiliaria/> Acesso em 08/02/2012.
- SALLES, Cecília Almeida. Redes Da Criação, Construção Da Obra De Arte. Editora Horizonte, 2008.
- SANTOS, Milton. Da Totalidade ao Lugar. São Paulo: Edusp, 2008.
- SANTOS, Milton. Manual de Geografia Urbana. São Paulo: Edusp, 2008.
- SANTOS, Milton e SILVEIRA, Maríá Laura. O Brasil: território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2005 [2001].
- SILVA, Adriana de Souza. Arte e Tecnologias Móveis: Hibridizando Espaços Públicos. In: Andre Parente. (Org.). Tramas da Rede. Porto Alegre: Editora Sulina, 2004.
- SODRÉ, Muniz. Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos. Rio de Janeiro: Vozes, 1999.