

RAUL LAMPIÃO: Mediações culturais como dimensão subjetivada de mobilidade

[RAUL LAMPIÃO: Cultural mediations as subjective dimension of mobility]

Edgard Patrício

Universidade Federal do Ceará

Denisia Souza de Oliveira

Universidade Federal do Ceará

112

Resumo: A proposta deste trabalho é lançar uma reflexão sobre as relações de coexistência entre o sistema de comunicação social e as práticas comunicativas de caráter local, com um viés direcionado para a participação social na cena política. É uma busca na tentativa de compreender a dinâmica de uma das múltiplas vozes que permeia a estrutura societária e de que forma a comunicação que se realiza nos espaços públicos desperta reflexão, em prol da construção da cidadania, através de lugares e questões da vida cotidiana. O agente comunicador analisado é o artista de rua Antonio Carlos Ricardo da Silva, intérprete do personagem Raul Lampião, que desenvolve atividade publicitária no centro comercial da cidade do Crato, localizada no interior sul do Estado do Ceará (Brasil). A partir da incorporação de elementos de diferentes vertentes culturais, num processo de hibridização, Raul Lampião consegue estabelecer mediações e deslocamentos que transfiguram dimensões subjetivadas de mobilidade.

Palavras-chave: Comunicação; Cultura; Hibridismo; Mobilidade.

Abstract: The purpose of this paper is to present a reflection on the relations of coexistence between the media system and the communicative practices of local character, with a bias directed to social participation in the political scene. It is a quest in trying to understand the dynamics of the multiple voices that permeates the corporate structure and how the communication that takes place in public spaces awakens reflection, in favor of the construction of citizenship, through places and issues of everyday life. The agent analyzed Communicator is the street artist Antonio Carlos Ricardo da Silva, Raul Lampião character interpreter, which develops advertising activity in the commercial center of the town of Crato, located within the State of Ceará (Brazil). From the incorporation of elements from different cultural strands, a process of hybridisation, Raul Lampião can establish mediations and offsets that transform subjectivised dimension of mobility.

Keywords: Communication; Culture; Hybridism; Mobility.

CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

No contexto das sociedades modernas, a constituição do sistema de comunicação de massa (THOMPSON, 1998) considera o conjunto dos desenvolvimentos históricos e fenômenos comunicativos e as novas oportunidades para reunir e registrar informações, para produzir e reproduzir formas simbólicas e para transmitir conteúdos para uma pluralidade de sujeitos.

Paralelamente, as práticas tradicionais de comunicação não perdem o papel de orientação da vida cotidiana, ao contrário, reformulam-se a partir da mediatização de informações nesse novo cenário. O contato entre o global e o local se estabelece em um processo contínuo e inevitável e as formas como esses entrecosmos acontecem se transformam de tempos em tempos porque as estruturas que compõem o universo das sociedades também se modificam, induzindo que os sujeitos criem suas próprias dinâmicas de comportamento social. O sistema de comunicação social comporta a coexistência de diversos veículos, cujas práticas comunicativas podem assumir caráter global ou local e que afetam, entre as inúmeras relações sociais, a atmosfera política no tocante a participação popular nos processos de decisão. Neste sentido, a arena argumentativa (GOMES, 2008) se distingue pela convivência entre a esfera deliberativa institucionalizada e aquela que ocorre no interior da sociedade civil, que apesar de não possuir poder de decisão política, pode influenciar a criação de demandas sociais com o intuito que o interesse comum se converta em coisa pública. É neste sentido que operam os veículos comunicacionais de alcance global, a exemplo da TV e da internet, e os de alcance local, constituídos, entre outras características, pelo contato face a face. Os elementos de distinção considerados aqui para a compreensão daquilo que chamamos práticas comunicativas de caráter local ou veículos de comunicação de caráter informal estão, além do alcance, relacionados com a utilização da linguagem coloquial e da subjetividade enquanto espaço para emissão de juízos de valor sobre os fatos apresentados.

No primeiro ponto, o distanciamento do alcance dos veículos em escala planetária e aqueles vinculados a um espaço territorial específico pode ser considerado um fator desencadeante do segundo ponto. Ou seja, a utilização da rigidez das normas gramaticais exigida pela linguagem formal, quando se deseja alcançar a uniformidade da comunicação junto a um público grande e disperso em diferentes locais, se contrapõe aos veículos nos quais a linguagem coloquial é empregada com o intuito de alcançar a fluidez da comunicação de um grupo social inserido em um território específico.

O terceiro ponto faz referência à apresentação dos fatos noticiados como uma versão mais próxima do acontecimento que se narra, na busca por uma objetividade capaz de organizar, no tempo e no espaço, a noticiabilidade jornalística. Este fator termina indo de encontro ao processo não linear de apresentação de informações desenvolvido pelos operadores dos veículos informais que, além da transmissão da notícia, emitem juízos de valor sobre fatos e a repercussão dos possíveis desdobramentos sem, no entanto, apresentar uma distinção clara sobre o que é fato e o que é opinião, sobre o que é real e aquilo que é imaginário.

As transformações que esse novo século permite vivenciar exige estratégias alternativas capazes de racionalizar a realidade posta, enquanto práticas cotidianas de transformação social, através da convivência dos múltiplos agentes comunicadores que permeiam a contemporaneidade, sendo este o substrato que caracteriza a constituição desse artigo. Nossa proposta é estabelecer uma relação entre o potencial comunicador e a participação popular na cena política, enquanto vetor de cidadania e de desenvolvimento social da comunidade em que está inserido o artista de rua Antonio Carlos Ricardo da Silva, intérprete do personagem Raul Lampião, uma figura disposta com características do Rei do Cangaço² e do Maluco Beleza³, que desenvolve atividade publicitária no centro comercial da cidade do Crato, cidade localizada no interior sul do Estado do Ceará.

Durante a leitura desse trabalho é preciso ter em mente que ele representa muito mais um estado de inquietude no campo teórico das relações entre comunicação, política e cidadania do que a apresentação de reformulações de conceitos ou percursos metodológicos prontos. Essa proposta é uma busca na tentativa de compreender a dinâmica de uma das múltiplas vozes que permeia a estrutura societária local e de que forma a comunicação que se realiza nos espaços públicos desperta reflexão, em prol da construção da cidadania.

Num primeiro momento, o arcabouço teórico apresenta o cenário de coexistência entre os meios de comunicação de massa e as práticas comunicativas que ocorrem, paralelamente, no interior de comunidades marcadas pela tradição popular, além de buscar compreender as características da estrutura societária que convive nesse campo de interação entre o global e o local.

Em seguida, busca-se interpretar o consumo como um processo influenciado pela capacidade de interpretação de informações pelos sujeitos, uma vez que a capacidade crítica de compreensão das mensagens se diferencia de pessoa para pessoa, através do enquadramento do mundo real oferecido pelos meios de comunicação ao serem recodificados pelos agentes comunicadores que transitam entre as informações do cenário global para o local.

Um terceiro enfoque aponta a visibilidade que a cena política adquire através dos meios de comunicação e como a interpretação dos conteúdos pelos agentes comunicadores locais se constitui como um espaço para a formação de uma arena discursiva não institucionalizada, cuja articulação, no entanto, é capaz de esclarecer as necessidades e demandas da sociedade civil e fomentar o pensamento crítico.

Por fim, faz-se uma relação entre as práticas comunicativas realizadas por Raul Lampião e sua influência em prol do desenvolvimento social e da participação popular enquanto vetor de cidadania.

RAUL LAMPIÃO: MOBILIDADE E MEDIAÇÕES

Antônio Carlos Ricardo da Silva nasceu em 02 de julho de 1974 e é natural da cidade de Itapajé, distante 140km de Fortaleza, capital do estado do Ceará (Brasil). É casado com Maria Lídia Alexandrino e possui uma filha. Mudou-se para cidade do Crato, no interior sul do Ceará, em 2007, local onde reside e trabalha atualmente como empresário individual, de natureza jurídica, com atividade publicitária. Pelo nome de batismo não é notado, tornando-se conhecido na cidade por seu nome de referencial artístico.

Antônio Carlos também é artista de rua, conhecido como Raul Lampião, versão cover de Raul Seixas¹ (o maluco beleza). Admirador de Luiz Gonzaga² (o rei do baião). Curioso apreciador de Lampião³ (o rei do cangaço). Fã de Michel Jackson⁴ (o rei do pop). Todas essas referências contribuíram, cada qual a sua maneira, para que o artista se tornasse conhecido popularmente como Raul Lampião. Uma figura disposta com atributos de Raul Seixas – cabelo, barba, porte físico - adornado com chapéu, cartucheiras e sandálias de couro, típicos do cangaço, inspirado no nome maior desse movimento social nordestino, Lampião.

116

¹ Raul Santos Seixas nasceu em 28 de junho de 1945, em Salvador na Bahia, cantor e compositor brasileiro, frequentemente considerado um dos pioneiros do rock brasileiro. Por vezes é chamado de "Pai do Rock Brasileiro" e "Maluco Beleza". Sua obra musical é composta de 21 discos lançados em seus 26 anos de carreira e seu estilo musical é tradicionalmente classificado como rock e baião. Raul Seixas faleceu em 21 de agosto de 1989.

² Luiz 'Lula' Gonzaga nasceu no município de Exu, sertão do estado de Pernambuco (Brasil). Muito cedo se aventurou pelo 'sul maravilha', como se denominam os estados da região Sudeste do Brasil, principalmente São Paulo e Rio de Janeiro. Nesse ambiente, fez carreira sólida compondo e tocando sanfona, principalmente num ritmo musical apreciado pelos nordestinos, o baião. Daí sua alcunha.

³ Virgulino Ferreira da Silva, cangaceiro brasileiro, conhecido como Lampião nasceu em 04 de junho de 1898 na cidade de Serra Talhada, no Estado de Pernambuco e faleceu em 28 de Julho de 1938, na cidade de Poço Redondo, Estado de Sergipe.

⁴ Michael Joseph Jackson (Gary, 29 de agosto de 1958 — Los Angeles, 25 de junho de 2009) foi um famoso cantor, compositor, dançarino, produtor, arranjador e empresário norte-americano. Considerado o rei do Pop. Segundo a revista Rolling Stone, faturou em vida cerca de sete bilhões de dólares, fazendo dele o artista mais rico de toda a história. Um ano após sua morte, ainda faturava cerca de um bilhão de dólares.

A atividade publicitária de Raul Lampião é a propaganda volante realizada através de um microfone conectado a um carro de som adaptado que ele empurra pelas ruas do centro comercial. No entanto, Raul Lampião se distingue, em relação a outros profissionais que atuam nessa mesma área, pelo forte apelo visual e pelas performances que realiza diariamente, espetáculos em que atua por conta própria interpretando papéis e criações de sua autoria.

Antônio Carlos deixou sua cidade natal ainda adolescente e se mudou para a capital do Estado em 1985. Em Fortaleza, Antônio Carlos começou a trabalhar como vendedor ambulante e, paralelamente, apresentava-se em shows com uma versão cover do cantor Raul Seixas. Alimentando o desejo de morar em uma cidade do interior, Antônio Carlos adquiriu uma propriedade no Crato, terra natal de sua esposa. Com uma população de 126.591 habitantes, segundo dados divulgados pelo IBGE em 2013, o município se destaca por seu potencial cultural, através da formação artística e promoção de eventos culturais pelas instituições locais como a Sociedade de Cultura Artística do Crato⁵, a Fundação do Folclore Mestre Eloi⁶ e a Academia dos Cordelistas do Crato⁷.

Chegando ao Cariri, Antônio Carlos tentou se apresentar em shows como cover, mas não obteve sucesso e retornou às atividades de vendedor ambulante. Antônio Carlos sugere que o fracasso do cover se deve ao fato da população caririense ser apreciadora de outro estilo musical.

A região não é acostumada com essa coisa de Raul Seixas cover, a nossa região aqui ela é só forró. Por eu não ter popularidade, nem a simpatia do

⁵ A Sociedade de Cultura Artística do Crato oferece cursos de música, teatro, dança, artes plásticas e canto/coral para pessoas de qualquer faixa etária através da promoção artístico cultural. Endereço: Rua Dom Quintino, 913, centro, Crato. Telefone: (88)3523.4148.

⁶ A Fundação do Folclore Mestre Elói é responsável pela realização do Festival Folclórico do Cariri. Evento que reúne grupos folclóricos, violeiros, repentistas e poetas para apresentações em praça pública cujas apresentações culminam no Dia do Folclore, que é comemorado em 22 de agosto. Endereço: Rua Francisco de Assis Feitosa, 457, Centro, Crato. Telefone: (88) 3521.5027.

⁷ A Academia dos Cordelistas do Crato foi fundada em 1991 pelo folclorista Elói Teles de Moraes e já publicou mais de 500 títulos em folhetos. Endereço: Praça Filemon Teles, S/N, Centro, Crato. Telefone: (88) 3523.3947.

povo, por eu não ter tido na época [a simpatia e a popularidade] foi difícil. Só tentei uma, duas vezes, máximo três vezes e desisti e parti logo pra outros meios de vida pra garantir o sustento (Entrevista em dezembro de 2014).

O artista então passou a vender CDs piratas nas feiras, aliás, essa é uma prática bastante comum no centro comercial da cidade do Crato realizada por camelôs. Para tal fim, mandou transformar uma caixa de som em um carro ambulante adaptando o equipamento com pegadores metálicos para as mãos e duas rodas para facilitar a locomoção pelas ruas da cidade. Além disso, conectou um microfone ao carro de som para aumentar o alcance da comunicação na tentativa de vender os produtos.

Ao lado da companheira, Raul Lampião frequentava as feiras e os locais com grande fluxo de pessoas. Utilizando o bom humor para atrair os consumidores, o artista adotou um chapéu de couro e a dança como tática de venda, elementos que favoreceram a aglomeração de pessoas e o comércio dos produtos. No início, o principal espaço de venda era a feira do Crato, realizada tradicionalmente às segundas-feiras, na Avenida José Alves de Figueiredo.

Eu botava o chapéu e começava dançar. Sempre gostei de dançar no meio da feira. Eu começava a dançar forró no meu estilo, estilo muito louco, forró misturado com xaxado e a minha esposa, que comigo trabalhava, com uma sainha bem provocante, dançava melhor ainda. Aglomerava pessoas, mulher e homem pra ver a gente dançar porque a dança atrai pessoas, porque a dança é um movimento bom de se ver. E nas feiras, eu e minha esposa fazíamos esse trabalho de dançar de maneira que aumentava significativamente a venda dos CDs. (Entrevista em dezembro de 2014).

Além do Crato, Antônio Carlos foi exercer sua atividade em outro centro comercial, localizado na cidade vizinha de Juazeiro do Norte, distante 14km, cuja dinâmica mercantil é bastante forte, inclusive no mercado informal. Antônio Carlos circulava no cenário econômico dessas duas cidades como um produtor desconhecido, mobilizando sua atenção para as performances operacionais que esse tipo de atividade laboral exigia. Era preciso ‘astúcia e esperteza no modo de utilizar ou de driblar os

termos dos contratos sociais’ (CERTEAU, 2012, p.74). Por ser considerada ilegal, a venda de CDs piratas resultava, vez por outra, na apreensão dos produtos durante a fiscalização dos órgãos de segurança.

Ao estabelecer residência na Região Metropolitana do Cariri, Antônio Carlos pode se aproximar de outra grande paixão. Admirador de Luiz Gonzaga, o vendedor seguiu viagem para cidade de Exu, no estado pernambucano, para conhecer o Parque Aza Branca, onde teve acesso ao Museu do Gonzagão e as indumentárias sertanejas de Luiz Gonzaga, cujos apetrechos faziam referência também ao rei do cangaço.

Quando eu decidi criar o personagem foi por uma razão. Eu tava vendo umas fotos de quando eu cheguei aqui no Cariri. Eu, como grande fã de Luiz Gonzaga, apaixonado mesmo, a primeira coisa que eu fiz foi ir lá no museu e lá tirei dezenas de fotos, e ao tirar as fotos eu comecei a circular pela casa do rei do baião. Lá nos fundos tem um quarto com o acervo do cangaço. (Entrevista em dezembro de 2014).

Inspirando-se nessas duas figuras, Antônio Carlos se imagina vestido a caráter, o chapéu de couro já possuía, mas os ternos sobrepostos por peças em couro, sandálias e cartucheiras ainda se faziam necessárias. Seu objetivo era resgatar a possibilidade de trabalhar fazendo referências aos personagens que influenciaram sua constituição enquanto sujeito. Não se tratava mais de ser uma versão, assim como foi o cover de Raul Seixas, o uso dos elementos do cangaço sobrepostos a um corpo que já imitava outro lhe modificou o funcionamento do sentido.

A partir desse momento, Antônio Carlos sai de cena e Raul Lampião nasce, figurativamente, no Crato. Apresentando-se a quem quer que fosse por este nome, ele cria em torno de si referências simbólicas de outros personagens e adquire o status de um. Atualmente, não há outra referência nominal que possa identificá-lo junto aos comerciantes e transeuntes que circulam no centro da cidade, nem mesmo seu nome de batismo. Aliás, chamá-lo pelo nome de Antônio Carlos é algo que ficou restrito aos parentes e amigos residentes em Itapajé, sua cidade natal.

Paralelamente, Raul Lampião era alvo de críticas expostas em forma de opiniões, mensagens de retorno de todos os tipos, proferidas, inclusive, de forma grosseira. Raul Lampião cita exemplos do que ouvia enquanto dançava na rua. ‘Isso aí é um drogado, um doido que chegou num sei de onde e tá feito doido, que num pode, uma pessoa normal no pingo do meio dia, dançando, pinotando desse jeito’ (Entrevista em dezembro de 2014).

Mas aí eu ia ouvindo e sem dar resposta. Ouvia também: Que lindo! Que coisa bacana! Eita como é legal esse seu trabalho! Outros chegavam e diziam, o que é hein? Muita gente não entendia o que era. Chegava [e perguntava] o que é que você vende, hein moço? (Entrevista em dezembro de 2014).

Ao invés de agir defensivamente diante das opiniões contrárias, negando-as ou usando a retaliação em confrontos verbais, o artista buscava, e ainda busca, o amadurecimento das relações pessoais e profissionais para aumentar a eficácia de sua atividade. ‘Uma prática que opera golpe por golpe, lance por lance, aproveitando as ocasiões, pois delas depende (CERTEAU, 2012, p.95).

120

Se eu me joguei na rua eu estava a disposição do que as pessoas falassem e pensassem sem me dar o direito de julgá-las. Porque era eu que estava causando choque social e não eles. Era eu ali o causador do choque cultural, emocional e social, não o povo. Eu nunca fui também de transformar [a crítica] em rancor, de transformar em nenhuma coisa que colocasse a pessoa em mau lençol na minha mente pelo o que eu estava fazendo. (Entrevista em dezembro de 2014).

O hábito de vê-lo nas ruas tornava sua presença mais familiar, revelava que o aspecto pitoresco com o qual se apresentava tinha um objetivo em relação à sua atividade laboral, pouco compreendida por aqueles que o viam apenas de passagem. Causando menos estranheza às pessoas e conseguindo expandir o raio de sua comunicação, Raul Lampião foi atraindo a atenção de outros vendedores que dividiam com ele o ambiente do comércio local. Enquanto estava na rua saudava seus pares,

anunciava seus produtos por algum tempo, chamava os consumidores para os espaços públicos, diferenciando-se de seus concorrentes.

E eu já amanhecia o dia ali, numa volta e outra eu sempre usava o microfone. Um alô aí para o café da Maria, o pessoal já tão se esquentando, tomando aquele cafezinho! É rapaz, olha o tomate aqui do João, tá de primeira, quanto é que tá hoje João? Tá na promoção? Pois é, olhe você compra aí o CD e passa aí na banca do tomate, que o tomate hoje tá é bonito. Então eu sempre tive essa coisa da comunicação pro outro. (Entrevista em dezembro de 2014).

A criação de um personagem híbrido nasce dessas duas vertentes, os anseios pessoais do artista e o gosto coletivo da comunidade que se volta para o campo da comunicação enquanto lugar de trocas materiais e simbólicas.

Diferentemente das agências publicitárias que atuam na localidade com mídias tradicionais, a exemplo do rádio, TV e outdoor, Raul Lampião faz uso de elementos alternativos para o desenvolvimento de seu negócio e de sua arte. Enquanto caminha pelo centro anunciando promoções e ofertas, utilizando um microfone ligado a um carro de som que ele empurra pelas ruas da cidade, apresenta seu espetáculo com um repertório composto por dublagens, piadas, esquetes teatrais, dança e poesia matuta, através da literatura de cordel.

Além da atividade publicitária, Raul Lampião interpreta a realidade em que está inserido ao retransmitir informações veiculadas através dos meios de comunicação, ao passo que discute sobre a repercussão das notícias, alcance e conseqüências para seu grupo de referência. De forma subjetiva, o artista de rua procura sensibilizar as pessoas que frequentam os espaços públicos para os conflitos que ocorrem no interior da comunidade cratense e de que forma é possível encontrar soluções junto ao poder local.

Utilizando uma comunicação informal, caracterizada pelo contato face a face, Raul Lampião divulga mensagens no intuito de mobilizar a população a participar de ações sociais promovidas tanto pela administração pública quanto pelas organizações

da sociedade civil, buscando despertar a consciência crítica dos indivíduos e incentivar sua participação na esfera dos processos de decisão política.

Ao observar *in loco* as atividades de Raul Lampião, durante um intervalo dos anúncios publicitários realizados na Rua Santos Dumont, durante o mês de maio de 2013, nas proximidades do camelódromo da cidade, o artista de rua chamava a atenção dos transeuntes para a quantidade de crianças que pediam esmolas naquele local, afirmando que o ato de doar dinheiro aos pedintes, apesar de ser um gesto de solidariedade, de certa forma incentivava a permanência das crianças naquela situação.

Aos poucos, Raul Lampião assumiu seu lugar enquanto praticante ordinário da cidade para, em seguida, transformar-se de usuário em produtor de formas simbólicas alcançando novos horizontes através de suas operações performáticas. Essas intervenções cotidianas se desenvolvem enquanto ‘competências na arte de manipular lugares-comuns e jogar com o inevitável dos acontecimentos para torná-los habitáveis’, (CERTEAU, 2012, p. 49).

122

Esse processo de transformação pessoal não é um acontecimento súbito e singular. Ele acontece lentamente, imperceptivelmente, dia após dia, ano após ano. É um processo no qual algumas mensagens são retidas, outras esquecidas, no qual algumas se tornam fundamento de ação e reflexão enquanto outras deslizam pelo dreno da memória e se perdem no fluxo e refluxo de imagens e idéias (THOMPSON, 1998, p.46).

O DESENVOLVIMENTO DA MÍDIA E SUA INFLUÊNCIA NAS PRÁTICAS COMUNICATIVAS DE CARÁTER LOCAL

A interpretação de fenômenos sociais na contemporaneidade (AGAMBEN, 2009) se baseia em uma competência capaz de enxergar além do óbvio que a realidade apresenta. É a inquietude que não permite aceitar uma época com inércia e passividade podendo enxergar possibilidades que a maioria não vê. Aquilo que é contemporâneo possui uma dinâmica capaz de se reformular a todo instante entre

dispositivos considerados velhos e que, ao serem reinventados, reinterpretados, reapresentados em uma ordem, tornam-se tão ou mais válidos do que já foram um dia.

O desenvolvimento da mídia transformou a natureza da produção e do intercâmbio simbólicos no mundo moderno. A afirmação de Thompson (1998) contextualiza a comunicação de massa enquanto produção institucionalizada e difusão generalizada de bens simbólicos através da fixação e transmissão de mensagens e sua influência na mutação do caráter da tradição e de seu papel na vida social.

Neste sentido, o autor defende que os novos meios de comunicação afetaram as maneiras como as pessoas experimentam a tradição oral e a interação face a face, evidenciando os sentidos que os sujeitos atribuem aos produtos da mídia e como eles variam de acordo com a formação e as condições sociais de cada um, em diferentes contextos.

Uma maneira de entender a tradição é vê-la como um conjunto de pressupostos de fundo, que são aceitos pelos indivíduos ao se conduzirem na vida cotidiana e transmitidos por eles de geração em geração. A tradição não é um guia normativo para a ação, mas antes um esquema interpretativo, uma estrutura mental para entender o mundo (THOMPSON, 1998, p.163).

Ao considerar válida a mediação paralela que ocorre dentro dos cenários globais e locais, busca-se compreender as características dos sujeitos que constituem o público, ou seja, a estrutura societária na qual os indivíduos partilham um cenário de intenso fluxo comunicacional, ao mesmo tempo em que vivenciam as tradições próprias de seus grupos de referência.

É preciso fazer um esforço na tentativa de compreender os papéis e funções assumidos pelos atores sociais que transitam entre esses dois cenários da realidade, cujas conjunturas não estão fechadas em si mesmas e nem se consolidaram de forma excludente. Ao contrário, ambos os cenários se mesclam e interagem de forma muito

particular em locais em que os traços comunitários ainda são muito presentes, embora estejam entrelaçados com os elementos atribuídos aos processos globalizadores.

A noção de comunidade corresponde a experiências inteiramente diferentes e aspirações contrastantes (BAUMAN, 2003), que precisam ser compreendidas no tempo – antes e depois do desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação – e no espaço – considerando os diversos segmentos sociais que convivem entre si. Por estrutura societária, ou comunidade, entenda-se o resultado da relação tensionada por um lado pela uniformidade solidária entre os constituintes de um grupo cujas relações pessoais de troca e organização social giram em torno das instâncias tradicionais de formação do sujeito, como a família, a escola e a igreja; e, por outro lado, pela convivência direta com a nova formatação social marcada pela diferença, desigualdade e contraste entre os indivíduos que se tornam cada vez mais distantes e independentes das referências territoriais, dos vínculos afetivos e da busca geral por oportunidades de crescimento coletivo.

Entre as diversas configurações possíveis (filosófica, sociológica, psicológica) que a palavra comunidade adquire dentro dos contextos histórico-sociais, chegamos a uma aproximação com a estrutura societária que continuamente valida e descarta seus dispositivos, que está além da partilha de territórios e da idéia da homogeneidade, e tem o propósito de uma construção humana no mundo real.

Essa concepção de comunidade considera a socialização (PAIVA, 2003) e as tantas práticas que prendiam o sujeito ao seu cotidiano como relações que se entrecruzam com os processos informacionais e a produção de conteúdos diversos pelos meios de comunicação, em diferentes níveis de disseminação, alcance e controle. A idéia não está vinculada à homogeneização, mas ao reordenamento das diferenças e desigualdades sem, no entanto, suprimi-las.

A comunicação possível e acessível a toda população mundializada é aquela afeita à informação, que não requer muito mais do que uma faceta do sentido do comunicar. Inegavelmente, o mundo globalizado não sofre por falta de informação, sofre pelo excesso, pelo transbordamento de fórmulas

vistas e revistas à exaustão e que, ao cabo de algum tempo, não querem dizer mais nada, simplesmente porque se torna impossível armazenar, e até mesmo selecionar, todo o volume em circulação. (PAIVA, 2003, p. 44)

O ato de comunicar se tornou muito mais abrangente a partir dos movimentos globalizadores (CANCLINI, 2008) e se estende a um grande número de sujeitos e instituições que estão ligados por uma rede de fluxos comunicacionais, ou seja, são integrantes de um processo de fracionamento articulado do mundo e de recomposição de suas partes.

O CONSUMO ENQUANTO PROCESSO DE INTERPRETAÇÃO DE INFORMAÇÕES

As relações de troca que marcam a estrutura societária estão intimamente ligadas às práticas comunicativas que se estabelecem como mediadoras entre os sujeitos e o consumo de bens simbólicos e materiais. Canclíni (2008) propõe reconceitualizar o consumo a partir dessa nova configuração social e comunicativa, não como simples cenário de gastos inúteis e impulsos irracionais, mas como espaço que serve para pensar, e no qual se organiza grande parte da racionalidade econômica, sociopolítica e psicológica nas sociedades.

O consumo é compreendido, sobretudo pela sua racionalidade econômica. Consumir, neste caso, se torna uma ação atrelada à autonomia individual dos sujeitos imersa no contexto dos negócios e da indústria cultural própria de uma sociedade cujas características estão voltadas para a flexibilidade, experimentação e mudança. O ato de consumir envolve processos socioculturais mais amplos, onde se dá sentido e ordem à vida social, é tornar mais inteligível um mundo onde o sólido se evapora (CANCLINI, 2008, p. 58).

É possível afirmar que o consumo se torna fator indispensável para as sociedades contemporâneas, seja intercambiado para o cenário global ou local, pelos meios de comunicação de massa ou por veículos informais. Os contrastes existentes entre os meios se constroem em relação à linguagem, aos métodos específicos de

produção de conteúdos e às técnicas empregadas para alcançar o público e conquistar a audiência. Em ambos os processos, os efeitos que o consumo gera são influenciados pela capacidade de interpretação que os sujeitos apresentam em relação aos conteúdos veiculados e aos usos que fazem das informações e bens consumidos.

As ações políticas, pelas quais os consumidores ascendem à condição de cidadãos, implicam uma concepção do mercado não como simples lugar de troca de mercadorias, mas como parte de interações socioculturais mais complexas. Da mesma maneira o consumo é visto não como a mera posse individual de objetos isolados, mas como apropriação coletiva em relações de solidariedade e distinção com outros bens que servem para enviar e receber mensagens (CANCLINI, 2008, p. 70).

As transformações que ocorrem no meio social a partir do consumo funcionam como parâmetros para a compreensão da eficácia da comunicação empregada junto ao público, a recepção das mensagens e seus desdobramentos permitem atestar se o intercâmbio foi alcançado com efetividade como, por exemplo, uma comunidade hermenêutica de consumidores, cujos hábitos tradicionais fazem com que se relacione de um modo peculiar com os objetos e a informação circulante nas redes internacionais. (CANCLINI, 2008, p. 62).

Maia (2009) argumenta que, na condição contemporânea, há que se considerar a existência de diversas mídias, com formatos e alcances distintos, o que aumenta as chances dos cidadãos terem acessos a vários enquadramentos e a múltiplos argumentos sobre uma determinada questão. Para tanto, a autora defende a concepção, pelo viés sociológico, que os enquadramentos podem ser interpretados como quadros de referência geral que são acionados pelas pessoas para definir situações, dar sentido a acontecimentos e, assim, organizar a experiência pessoal no mundo ao redor (p. 309).

O processo cognitivo e interpretativo que os indivíduos vivenciam diante dos enquadramentos realizados pelos meios de comunicação se diferencia, entre outros fatores, pela capacidade crítica de compreender que a troca argumentativa altera a

permanência dos próprios argumentos na arena discursiva, como também modifica o ambiente para o entendimento de problemas, a percepção de relações causais e a proposição de soluções. (MAIA, 2009, p. 310)

São as percepções das mensagens, presentes nos fluxos comunicacionais, ‘consumidas’ pelos indivíduos, que podem predispor uma ambiência argumentativa. Wilson Gomes (2008) coloca que a argumentação é uma das qualidades democráticas que mais atesta a capacidade do interesse comum se converter em coisa pública. Comunicação e visibilidade estão, de fato, em função de um procedimento democrático de formação da opinião e produção de decisões relativas ao bem comum. Esses pressupostos podem vir a endossar a função produtiva e legitimadora da atuação política que o personagem Raul Lampião pode assumir em relação aos segmentos populares locais.

A esfera da visibilidade pública, ou seja, o sistema expressivo formado pelo conjunto da emissão dos meios de comunicação tornando disponível ao público, ou ao sistema dos seus apreciadores, uma espécie de quadro mundo, por si só não garante efetividade na compreensão das mensagens, ou ainda, a constituição de um arcabouço interpretativo capaz de racionalizar a realidade posta. (GOMES, 2008, p.143)

127

Essas demandas precisam ser articuladas de forma crítica por parte dos indivíduos em suas práticas cotidianas, seja por iniciativa própria, seja pela mediação de agentes comunicadores assegurando a estruturação da autonomia do indivíduo, característica que se constitui como um campo de possibilidades de escolhas diversas desde que estejam fundamentadas na racionalização das decisões tomadas.

Os conteúdos informativos, culturais e de entretenimento lançados diariamente pelos meios de comunicação na cena midiática podem ser reinterpretados pelos comunicadores locais e oferecidos ao público através de veículos de comunicação informais, mas que continuam sendo reconhecidos como válidos pelas comunidades nas quais estão inseridos.

Dessa forma, a transmissão local das mensagens que circulam na arena global ganham correlações com a realidade dos indivíduos, permitindo a compreensão das mensagens através da associação artística como o teatro e a dança, transmitidas por veículos informais como a literatura de cordel e o discurso em praça pública.

Essas ferramentas também visibilizam os fatos e as circunstâncias sociais, promovendo um enquadramento diferente dos meios de comunicação de massa; ao invés de destinar os conteúdos objetivamente para um público amplo, o agente comunicador local os transmite a um público específico de maneira subjetiva.

RAUL LAMPIÃO: O PERSONAGEM E SEUS 'DESLOCAMENTOS'

Para compreendermos as práticas comunicativas empregadas por Raul Lampião e de que forma elas dialogam com a cena política, em prol do desenvolvimento social e da cidadania na cidade do Crato, é necessário considerar a adoção de um personagem, cujas referências são marcantes no imaginário popular local, e que garante, a certo nível, uma empatia natural por parte das pessoas que ali convivem.

Nesses tempos em que, pelo desenvolvimento tecnológico e intenso fluxo comunicacional, as relações pessoais se tornaram fluídas pela velocidade com que os contatos são construídos, tornaram-se, ao mesmo tempo, superficiais pela instantaneidade com que os vínculos também podem ser desfeitos. Dessa forma, a existência de alguém que reconhece grande parte dos integrantes da localidade onde vive pelo nome, ao cumprimentá-los, é capaz de estabelecer o diálogo sobre parentes e assuntos próximos, além de proporcionar algum entretenimento preferencial no momento em que o encontro face a face acontece, gera no sentimento coletivo da comunidade cratense o valor de pertencimento, de importância e reconhecimento, entre o emissor e os receptores de mensagens.

Incorporando elementos da dança pop com aspectos da dança guerreira do cangaço, Raul Lampião desenvolve aquilo que denominou xaxapop, uma mistura de

movimentos do moonwalk com os passos do xaxado. A dança de Raul Lampião, numa simbiose entre arte e ofício, resultou em favorável retorno financeiro atraindo clientes com os quais Raul Lampião passou a estabelecer contrato. Por esse motivo, o xaxapop foi adotado pelo artista mesmo após o período de homenagens para o qual foi criado. Canclíni (2001) chama de processos de hibridação essas estruturas discretas que existiam de forma separada e ao se combinarem geram novos objetos e práticas. 'Às vezes isso ocorre de modo não planejado ou é resultado imprevisto de intercâmbio econômico ou comunicacional, mas, frequentemente, a hibridação surge da criatividade individual e coletiva' (p.22). É, portanto, a reconversão simbólica desse conjunto de saberes que insere o artista e sua arte/ofício em novas condições de produção e mercado. 'Conceito que indica a utilização de recursos anteriores em novos contextos' (CANCLÍNI, 2001, p.25).

O Raul Lampião Jackson dançando começou a chamar ainda mais a atenção do povo a ponto de aglomerar mais pessoas ao meu redor tirando foto, filmando, e o que era uma coisa um pouco estranha, louca na rua, virou loucura, loucura! Foi uma coisa fora do normal. Um cangaceiro quebrando a munheca, requebrando o quadril, gritando e dançando Michael Jackson, foi uma coisa louca, aí isso deixou muita gente com mil pensamentos. (Entrevista em dezembro de 2014).

129

Há, neste sentido, a ampliação de possibilidades na utilização dessas formas simbólicas que terminam por ser reinseridas no cotidiano a partir das táticas operadas pelos usuários. Aspectos como 'modismos de linguagem verbal, gestual, do vestuário e outros marcam a presença da cultura de massa na cultura popular tradicional (BENJAMIN, 2000, p.22).

O fato é que, quanto mais estes materiais simbólicos são extraídos de fontes as mais diversas, mais os indivíduos experimentam o choque de valores como um conflito pessoal – isto é, como um conflito entre as competitivas exigências que lhes são feitas ou entre os incompatíveis objetivos a que aspiram. De qualquer maneira, os indivíduos são constantemente chamados a reconciliar, ou simplesmente a manter em difícil equilíbrio, mensagens

que conflitam umas com as outras ou com os valores e crenças enraizadas nas práticas rotineiras da vida cotidiana (THOMPSON, 2008, p. 158).

Enquanto caminha pelas ruas principais do centro em maio de 2013 – Rua Bárbara de Alencar, Rua Coronel Luiz Teixeira e Santos Dumont – Raul Lampião cumprimenta os transeuntes, puxando conversa com pessoas das quais conhece os pais, marido/esposa e filhos, por exemplo, ou reconhece a profissão e o local de trabalho desses indivíduos. O artista de rua trava pequenos diálogos, conversa amenidades e manda lembranças aos familiares e amigos daqueles com quem conversa.

Proximidade, subjetividade e informalidade são características que marcam as práticas comunicativas realizadas por Raul Lampião, embora estejam entrelaçadas com elementos difundidos pelos meios de comunicação de massa. Nesta perspectiva, o artista de rua retransmite as notícias veiculadas pela imprensa interpretando o que foi noticiado, ao emitir juízos de valor sobre a repercussão dos fatos na vida cotidiana.

Enquanto fazia publicidade na Rua Senador Pompeu, Raul Lampião utilizava um simulacro de aparelho celular feito com caixa de papelão para ‘manter contato’ com a presidente Dilma Rousseff. Durante a ‘conversa’, o artista discorria sobre o pagamento do Bolsa Família⁸ que estava acontecendo no mês de junho de 2013. Raul Lampião alertava a população sobre os locais – agência bancária e casas lotéricas - onde o benefício podia ser retirado e quais eram os horários de maior fluxo de pessoas nesses locais.

Durante a análise das produções artísticas de Raul Lampião não se pode perder de vista que a ação prioritária do comunicador é a publicidade, meio pelo qual garante o próprio sustento. Portanto, o estímulo ao consumo permeia as relações de troca entre o artista de rua e o público se constituindo em uma rede de informações sobre

⁸ O Bolsa Família é um programa de transferência direta de renda que beneficia famílias em situação de pobreza e de extrema pobreza em todo o país. Maiores informações consultar <http://www.mds.gov.br/bolsafamilia>.

os mais diversos temas e expostos em formatos variados de modo a alcançar os diferentes segmentos populares.

É provável, considerando o exemplo descrito anteriormente sobre o pagamento do benefício Bolsa Família, que Raul Lampião deseje que os beneficiários não percam muito tempo nas filas e apliquem os valores recebidos no comércio, de preferência no consumo dos produtos que anuncia. Pesquisas posteriores podem esclarecer resultados concretos sobre intervenções dessa natureza, ao considerar os produtos anunciados por Raul Lampião e o tipo de público que os consomem.

A utilização da dança, do teatro e da poesia matuta, por Raul Lampião, afeta o processo cognitivo dos indivíduos ao dar sentido às mensagens que lhes são transmitidas, contribuindo para a compreensão do mundo através de sua própria realidade. Isso ocorre devido ao remodelamento das mensagens que foram transmitidas pelos meios de comunicação de massa para uma linguagem popular, com formato lúdico, capaz de informar e entreter ao mesmo tempo.

Mas as práticas comunicativas do agente não estão voltadas somente para a rentabilidade comercial. Alguns dos discursos fomentam a criticidade, o envolvimento popular na resolução dos conflitos comunitários e na divulgação de conteúdos de utilidade pública, como a discussão sobre o ato de doar esmolas para crianças em situação de rua. Campanhas sobre o tema são veiculadas, com certa regularidade, pelos meios de comunicação de massa, nas quais especialistas apontam que o gesto, embora solidário, contribui, entre outros fatores negativos, para manter as crianças fora de casa.

Diferentemente dos meios de comunicação massiva, Raul Lampião exerce influência local e potencializa o alcance de suas mensagens através das particularidades da comunidade cratense, tornando-se um mediador entre o cenário de informações globais e locais. Este caso serve de exemplo para a compreensão do enquadramento que o artista de rua produz, em relação aos conteúdos que divulga, por existir uma ligação direta com a realidade da comunidade da qual é integrante.

Raul Lampião, num primeiro momento, assim como o público em geral, é um espectador que tem acesso aos meios de comunicação de massa e aos conteúdos veiculados através deles. No entanto, o artista de rua busca racionalizar a realidade posta quando faz uma aproximação entre as situações vivenciadas em outros lugares e aquelas das quais possui conhecimento de causa, atrelada a convivência diária.

O engajamento do artista na divulgação de campanhas articuladas pelo poder público e pela própria sociedade civil demonstra sua capacidade de transitar pelas diferentes esferas de organização social desde que estejam voltadas para a construção da cidadania e do bem comum. É o que acontece quando Raul Lampião aciona, por exemplo, o Conselho Tutelar para fazer o acompanhamento das crianças e adolescentes em situação de rua, divulgando também ações dos Centros de Referência de Assistência Social (CRAS) e projetos desenvolvidos por Organizações Não-Governamentais.

A comunidade percebe a existência de um grau de comprometimento de Raul Lampião com as causas que defende, sendo possível afirmar que sua influência penetra nos contextos cotidianos de forma tanto objetiva quanto subjetiva. Neste sentido é que ressaltamos o diferencial do tipo de abordagem realizada por este agente comunicador na arena discursiva.

Ao compreender o indivíduo enquanto um todo, Raul Lampião toma o sujeito em suas várias faces de interesse durante sua argumentação. Enquanto faz publicidade, alcança no público o lado consumidor; quando apresenta o show de dublagens, alcança o lado espectador da plateia; e quando discute políticas públicas, mobiliza a população a refletir sobre os problemas da comunidade e como buscar soluções para os conflitos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estímulo a uma reflexão crítica da realidade não garante que os discursos proferidos e os espetáculos realizados por Raul Lampião nos espaços públicos resultem em uma mudança radical na postura e no compromisso social da comunidade cratense. No entanto, o potencial comunicador desse agente se incorpora na esfera dos debates públicos cujos resultados estimulam transformações sociais, mas não são capazes de vincular ou obrigar, como ocorre nos espaços institucionalizados pelo Estado.

É neste sentido que a participação popular na esfera de decisão política pode se estabelecer para além dos mecanismos de escolha dos representantes governamentais. A constituição de um campo fértil nas relações entre comunicação e ação pública na cena política pode estar vinculada a uma estrutura societária capaz de reconhecer os problemas vivenciados em seu espaço territorial e a partir desse reconhecimento buscar soluções idênticas ou adaptadas às particularidades de seu meio quando comparadas a outras realidades.

Sejam esses conflitos e soluções apresentados pelos meios de comunicação de massa ou recodificados e transmitidos pelos agentes comunicadores locais, os resultados se manifestam de forma prática quando o público se torna consciente também do papel das instituições, independente de serem públicas ou privadas, e busca alcançar a plenitude dos direitos sociais, seja de forma individual ou coletiva, pessoal ou representativamente.

Identificamos que as práticas comunicativas desenvolvidas por Raul Lampião estão postas na ordem do mercado e do consumo, mas buscam, de forma paralela, provocar a inquietude diante das desigualdades sociais e o desejo de ampliação das ações coletivas em prol do bem comum. O amadurecimento de questões, sob essa perspectiva, instiga o desenvolvimento de estudos mais direcionados à intenção e aos efeitos das mensagens veiculadas, por acreditamos que Raul Lampião cumpre uma

função agregadora quando utiliza informação e arte para despertar o senso crítico dos integrantes de seu grupo de referência.

REFERÊNCIAS

AGAMBEN, Giorgio. O que é o contemporâneo? e outros ensaios. Chapecó: Argos, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. Comunidade: a busca por segurança no mundo atual. Tradução, Plínio Dentzien – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2003.

BENJAMIN, Walter. A Modernidade, In: Obras Completas III, Magia e Técnica, Arte e Política. São Paulo: Brasiliense, 2000.

CANCLINI, Néstor García. Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 4. Ed, 2001.

_____. Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 7. Ed, 2008.

CERTEAU, Michel de. A Invenção do Cotidiano - Volume 1: Artes de Fazer. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley. Comunicação e Democracia: Problemas & Perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.

MAIA, Rousiley. Debates públicos na mídia: enquadramentos e troca pública de razões. Revista Brasileira de Ciência Política, Dossiê Gênero e Política, Nº 02, 2009.

PAIVA, Raquel. O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo. 2. ed. Editora Vozes, 2003.

THOMPSON, Jonh B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

_____. A Mídia e a Modernidade. Petrópolis: Vozes, 2008.

SOBRE OS AUTORES:

Edgard Patrício é Professor do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. E-mail: edgard@ufc.br.

Denisia Souza de Oliveira é Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. E-mail: denisiasouza@hotmail.com.