

## **Fora do mercado: ao largo da etnografia de rua na rua<sup>1</sup>**

**Marcio Tascheto da Silva**

E isto: cada sobrevivente e cada medo fundava uma hipótese de cidade, uma metrópole transitória e frágil, mas todas o são.

*Gonçalo Tavares*

Eu gostaria de acompanhar alguns procedimentos – multiformes, resistentes, astuciosos, e teimosos – que escapam à disciplina sem ficarem mesmo assim fora do campo onde se exerce, e que deveriam levar a uma teoria das práticas cotidianas, do espaço vivido e de uma inquietante familiaridade da cidade.

*Michel de Certeau*

### **Da cruzada negra à cidade espectral**

Em meados da década de 20 (1924-25), uma travessia automobilística chamou a atenção do mundo e especialmente da França: “La Croisade Noir”<sup>2</sup>. Percorrendo 28.000 km em menos de 8 meses, composta de uma equipe de cientistas, artistas, religiosos e engenheiros, a cruzada negra representou uma grande façanha para a época. Com o objetivo de promover publicitariamente as “máquinas”, Andre Citroen organizou uma expedição ousada pelas profundezas africanas, chamando a atenção ainda hoje pela riqueza de documentação etnográfica.

Através das fotografias de Georges Specht, os desenhos de Alexandre Iacovleff e especialmente as filmagens de Léon Poirier, a cruzada negra retrata uma África exótica e misteriosa, recheada de paisagens desérticas e culturas estranhas. Com a marca do colonialismo imprimida nas diversas imagens produzidas, o filme exibido no teatro de ópera de Paris, marcou a representação do negro na França. Das Missões religiosas, recepções pomposas aos administradores coloniais, triunfo das máquinas sobre a natureza selvagem e suas savanas intermináveis - a civilização do homem branco mostrando ao mundo seu poder desbravador -, desprendem signos fílmicos de uma narrativa civilizatória onde o carro torna-se o emblema máximo do progresso.

Da era do rádio à Copa do Mundo da FIFA/2014 muitas águas já rolaram entre os moinhos. A indústria automobilística e as campanhas publicitárias avançaram tecnologicamente a passos largos, transformando-se completamente nesses quase cem anos que nos separam das aventuras de Andre Citroen. No entanto, uma estranha

---

<sup>1</sup> Artigo para a disciplina de Antropologia Visual e da Imagem. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social – Universidade Federal do Rio Grande do Sul/UFRGS.

<sup>2</sup> Disponível no site: <https://www.youtube.com/watch?v=OjW2Fls0qAM>

conexão parece persistir nas campanhas publicitárias da Citroen. Uma conexão que nos remete as savanas africanas e seu espaço liso. Uma conexão que nos leva aos bancos de areia de um deserto em preto e branco, nos povoando com paisagens fantasmagóricas. Uma conexão com a imagem do deserto.

Porém, no incipiente século 21 a “cruzada” é outra. Não mais na África misteriosa e profunda nos arrabaldes de culturas estranhas, mas no interior do mais familiar e próximo. A cruzada se voltou para a cidade. No interior da metrópole mora a nova maquinaria expedicionária. A colonização dos afetos e lugares, a colonização dos imaginários, o mito do progresso continua apostar no espectral. Um espectro ronda o mundo na atualidade, o espectro da cidade vazia.

Signatária dessa feérica tendência, a campanha publicitária do *Citroen C4 lounge* produzida no contexto da copa do mundo do Brasil/2014, teve como cenário as ruas de Porto Alegre/RS<sup>3</sup>. Mais precisamente, as ruas desertas de Porto Alegre. No comercial de TV um homem observa um conjunto de prédios. Papéis picados verde amarelos caem aos milhares das janelas decoradas. Pessoas correm enroladas em bandeiras com as cores nacionais. Ruas vazias deixam antever um clima de espera e euforia. O jogo está para começar. Ao lado da paixão folclórica do brasileiro pelo futebol, outra paixão vai sendo sugerida pela narrativa: a paixão de dirigir. Junto ao jogo da seleção brasileira, o jogo da máquina e do homem está prestes a acontecer. O carro aparece em cena exatamente quando as ruas estão desabitadas. Quando não há mais obstáculos humanos e de outras máquinas e o fluxo da paixão homem-carro-cidade pode desenvolver toda a sua utopia espacial.

É dada a partida.

As ruas da Porto Alegre real, conturbada, engarrafada, densa, dão lugar às ruas de uma cidade que demoramos a reconhecer. Uma paisagem urbana que mais parece saída das fotografias de Atget<sup>4</sup>, na Paris do começo do século passado. Enlevada pelo imaginário de uma cidade privativa, longe das disputas territoriais cotidianas, o personagem-motorista trafega livremente, deslizando o automóvel por uma cidade somente sua. Uma nova mitologia do dia a dia é construída sob os auspícios de uma cidade abandonada.

---

<sup>3</sup> Disponível para visualização no site: <https://www.youtube.com/watch?v=oD0-MIjUHHk>

<sup>4</sup> Eugène Atget (1857 – 1927), Fotógrafo Francês conhecido por suas imagens de cidades vazias.

Segundo Fuão (Fuão, 2002), esse esvaziamento do espaço público teria sido antecipado enquanto tendência pelas reflexões propostas pelo filósofo Flusser (Flusser, 2011), no ensaio intitulado “*Phanton City*”.

(...) escrito para uma exposição fotográfica que percorreu algumas cidades da Europa nos anos de 85 e 86. A exposição mostrava fotografias de vários autores, cujo tema era a cidade sem pessoas. Este material constitui um desdobramento da visão premonitória do papel da fotografia como imagem técnica, e da exclusão do homem das atividades públicas da cidade. (...) retirar a figura humana da fotografia da arquitetura é retirar a alma da cidade e da própria arquitetura, é ver nelas somente a beleza e o caráter objetivo. (Fuão, 2002; 1)

Desta forma, o autor tenta destacar o processo de mudança em curso que as cidades vêm passando. Pelo viés da comunicação analisa as diversas mutações que as cidades estão sofrendo na atualidade enfatizando a depreciação dos espaços públicos e o desaparecimento da função da arquitetura como promotora de comunicação.

Preocupado em demonstrar como a fotografia em arquitetura sempre esteve de alguma maneira ligada com “a ausência da figura humana na representação arquitetônica, seja por fotos, seja por projeções” (Fuão, 2002: 2), o autor desdobra os efeitos dessa tendência em tornar a cidade anti-humanista. Esta cidade desanimada e deserta corrobora com a crise de subjetividade contemporânea e com a espetacularização da cena pública.

Para Maurizio Lazzarato <sup>5</sup> a crise da subjetividade contemporânea é inseparável do projeto central da política capitalista, tornando-se impossível apartá-la da crise econômica. Da mesma forma que não podemos separá-la dos fluxos econômicos e sociais, a crise da subjetividade contemporânea está profundamente entrelaçada com a decadência do espaço público. Nesse sentido, a propaganda do automóvel torna-se sintomática quando desertifica a cena urbana, dissolvendo a cidade do seu papel de convivialidade.

O esquadramento do espaço corresponde ao esquadramento da subjetividade, constituindo uma série de fragmentações e cesuras que fazem da locomoção capitalista na cidade, um fatiamento da existência. No seminal ensaio de André Gorz de 1973 (Ludd, 2005), a ligação que o autor estabelece entre o transporte e a divisão social do trabalho dá boas pistas para entender essa correlação.

Sobretudo, nunca coloque isoladamente o problema do transporte. Conecte-o sempre ao problema da cidade, da divisão social do trabalho e a compartimentalização que ela introduz nas diversas dimensões da existência: um lugar para trabalhar, outro para “habitar”, um terceiro para se abastecer, é

---

<sup>5</sup> Em seu recente livro “Signos, Máquinas, Subjetividade”, lançado pela editora Sesc/N-1, 2014.

arranjado dá continuidade à desintegração das pessoas que começa com a divisão de trabalho na fábrica. Ela corta uma pessoa em rodelas, corta seu tempo, sua vida, em fatias bem separadas de modo que em cada uma você seja um consumidor passivo a mercê dos negociantes, de modo que nunca lhe ocorra que o trabalho, a cultura, a comunicação, o prazer, a satisfação das necessidades e a vida pessoal podem e deveriam ser uma e mesma coisa: a unidade de uma vida, sustentada pelo tecido social da comunidade.” (Gorz , in Ludd, 2005: 82)

Seguindo a advertência de Gorz, não podemos perder de vista o enrodilhamento de elementos e a compartimentalização que ela introduz. Da mesma forma que a questão do transporte não pode ser descolada da questão da cidade e do trabalho, a análise do comercial de TV do Citroen C4 não pode ser desvinculada de uma constelação de imagens que vinculam a experiência do dia a dia em uma metrópole a uma rede de micro inseguranças que subjetivam o espaço e guetificam a vida em porções de tempo e território.

Se a entrada da comunicação na esfera produtiva caracteriza fortemente o capitalismo contemporâneo - tornando o trabalho imaterial e afetivo -, comerciais como esse, representam uma virada de época significativa que, por intermédio do fortalecimento do sentimento de insegurança, constrói um paradigma de produção que necessita dos afetos e dos signos do terror para seu sucesso.

Se as imagens são mediações entre o homem e o mundo (Flusser, 2011), e se na contemporaneidade conhecemos o mundo essencialmente através das imagens (Luhmann, 2005), que mundo/cidade experimentamos através das “cidades fantasmas” do comercial da Citroen? Qual é o impacto subjetivo nas práticas urbanas? Que cidade se origina desse imaginário? Que cotejos há entre essa cidade deserta e a cidade real? Se é o “aspecto mole, impalpável e simbólico o verdadeiro portador de valor no mundo pós-industrial” , que regime de signos estamos construindo ao ponto de construir estilos de vida baseados na irrealidade de uma cidade espectral?

Seguindo a carga teórica/poética de Macluhan, são os nossos próprios olhos que “alugamos” para mobilização de práticas urbanas em uma cidade que se fantasmagoriza (Macluhan, 1965). Ainda que o recorte da publicidade não esteja marcado somente pela dimensão do medo, nem tampouco, para um público específico; ainda que a crítica da massificação midiática e a necessária relativização dos seus efeitos sobre os indivíduos - não tão pacatos diante das investidas do “mass mídia”-, há uma inegável relação de força e uma disputa de estilos de vida.

Se a arquitetura e a cidade são meios de extensão do homem (MacLuhan, 1965) e a cidade real dá lugar a cidade virtual, um desdobramento possível no “homem espectador” (Jean Epstein, 1897-1953), é o consumo de uma experiência urbana empobrecida (Benjamin, 1892-1940). As ruas desertas da Citroen representam a transvalorização dos valores. Nesse caso, uma vida forjada a contrapelo do direito à cidade. Partamos da crise e de seus desdobramentos subjetivos para olhar mais de perto esses fenômenos.

### **As quatro figuras subjetivas da crise**

Segundo Michael Hardt e Antonio Negri (Hardt e Negri, 2014) o triunfo do neoliberalismo não mudou apenas os termos da vida econômica e política, modificou também as condições sociais e antropológicas, produzindo pelo menos quatro figuras subjetivas.

A hegemonia das finanças e dos bancos produziram o *endividado*. O controle das informações e das redes de comunicação criaram o *mediatizado*. O regime de segurança e o estado de generalizado de exceção construíram a figura oprimida pelo medo e sequiosa de proteção: o *securitizado*. E a corrupção da democracia forjou uma figura estranha, despolitizada: o *representado*. (Hardt e Negri, 2014: 21)

O endividado, o mediatizado, o securitizado e o representado são o saldo subjetivo da crise, estruturando um terreno social emblemático onde o campo de forças contemporâneo orbita em um sentimento que transversaliza a todos: o medo. Antes de tratarmos das conseqüências que essas quatro figuras articuladas representam e o que promovem enquanto prática urbana, é preciso olharmos mais de perto cada uma delas.

### **Figura 1: O Endividado**

A necessidade de contrair dívidas para viver está se tornando a condição social geral. Financiamento da casa, seguros de saúde, escolas privadas, gastos com previdência, consumo exarcebado, segurança, etc, são sintomas de um modo de vida que tem na dívida sua estratégia de sobrevivência: “A rede de segurança social passou de um sistema de bem-estar social para um de endividamento”(Negri e Hardt, 2014: 22).

O acúmulo de dívidas desencadeia um processo de responsabilização e culpabilização pessoal, transformando-se rapidamente numa modulação das vidas a um protocolo fechado das existências. Um duplo processo de culpabilização age de forma a colocar na conta do indivíduo todos os motivos das intempéries sociais: o endividamento financeiro é seguido de um endividamento moral.

Espécie de figura central da crise, o endividado simboliza o avanço neoliberal sobre as políticas públicas, desarticulando a rede de proteção social e entregando serviços e direitos aos ditames do mercado. “O homem não é mais o homem confinado, mas o homem endividado” (Deleuze, 2006), sujeito da transição entre a sociedade disciplinar e a sociedade de controle, agrega uma trama diagramática de formas vigilância e monitoramento no espaço e no tempo.

A dívida promove uma forma de controle que não mais está sujeita a apenas restrições espaciais, como nas fábricas do período fordista, mas na hipoteca do próprio tempo. Sujeito de sua dívida o homem endividado negocia o futuro para garantir sua sobrevivência e o pagamento de suas contas, negociando sua própria biografia.

Com o todo o seu tempo comprometido em honrar suas dívidas, pouco resta para uma vida autoral e o controle de sua própria vida (Sennet,1999). Suas escolhas de trabalho e formas de existência vão se achatando, constituindo uma série de restrições e de perda de horizontes coletivos. Um dos efeitos perniciosos do endividamento é a personificação de problemas estruturais e sistêmicos da sociedade capitalista. O indivíduo cada vez mais assume sozinho a responsabilidade por suas dificuldades financeiras e psicológicas, destituindo-se de qualquer projeto coletivo de mudança.

## **Figura 2: O Mediatizado**

Só, correndo de um lado para outro para dar conta de suas dívidas, com o seu tempo seqüestrado pela necessidade de trabalhar cada vez mais devido à perda de direitos, aos arrochos salariais e declínio do seu poder de consumo, o sujeito endividado torna-se bastante suscetível de uma invasão informativa, mediatizando seus afetos.

Antigamente, muitas vezes se tinha a impressão de que, em relação à mídia, a ação política era reprimida principalmente pelo fato de que as pessoas não tinham acesso suficiente às informações ou aos meios de comunicar e expressar suas próprias visões. De fato, os governos repressivos atuais tentam limitar o acesso a sites, fecham blogs e páginas do facebook, atacam jornalistas e bloqueiam acesso às informações. Reagir a essa repressão é certamente uma batalha importante, e muitas vezes testemunhamos como as redes midiáticas e o acesso a elas rompem afinal e inevitavelmente todas

essas barreiras, frustrando as tentativas de fechamento e silêncio. No entanto, estamos mais preocupados a respeito de como os atuais sujeitos mediatizados sofrem do problema oposto, sufocados pelo excesso de informação, comunicação e expressão. (Hardt e Negri, 2014: 27-28)

Enclausurado em montanhas de informação e presos ao constante estar “on”, não mais dispõe do tempo necessário para pensar e dizer algo original. Impossibilitado de reconhecer as fronteiras entre o tempo de trabalho e o tempo livre, mobilizando sua atenção para os diversos canais de interação e conectividade, o sujeito contemporâneo nos parece menos um sujeito alienado e mais um sujeito mediatizado.

Invadido por imagens do consumo em todas as horas do seu dia, o sujeito mediatizado dispersa sua consciência ao mesmo tempo em que tem sua atenção absorvida. Consumidor passivo de valores e estilos de vida vai compondo visões de mundo pauperizadas, alimentado-se de signos do poder e ideais de felicidade. Com a experiência submetida quase que unicamente aos meios de comunicação, o sujeito mediatizado se assujeita a padrões e diretrizes irradiadas pelo mercado.

Exemplo desse consumo passivo é o declínio do espaço público. Quando a cidade é retratada de uma forma esvaziada e a “paixão” de fazer cidade se vê submissa ao contato apartado do carro ermitão, o consumo dessa imagem implica em uma construção de uma visão de cidade enfraquecida. Fraca de convivência, fraca de solidariedade, fraca de encontro, fraca de criação. A cidade construída pela subjetividade mediatizada é uma cidade sitiada.

### **Figura 3: O Securitizado**

Hardt e Negri ancoram sua terceira figura subjetiva da crise na obsessão coetânea por segurança. O medo é um dos grandes mecanismos de controle da atualidade, nutrindo formas de vida atemorizadas pelos perigos mais diversos.

O securitizado vive com medo em relação a uma combinação de punições e ameaças externas. O medo em relação aos poderes dominantes e sua polícia é um fato, mas mais importante e eficaz é o medo de outras e desconhecidas ameaças perigosas: um medo social generalizado. (Hardt, Negri, 2014:39)

Tereza Caldeira no livro “Cidade de Muros”,(Caldeira, 2000), já alertava para uma estética da segurança a partir de uma arquitetura do medo. Analisando as mudanças urbanas de São Paulo<sup>6</sup> como resultado de processos de segregação espacial, a autora

---

<sup>6</sup> Embora a análise seja situada em São Paulo, os argumentos de Caldeira podem ser relacionados com características comuns a várias metrópoles.

ênfatiza algumas características de isolamento que tipificam o que chamou de “enclaves fortificados”.

Todos os tipos de enclaves fortificados partilham algumas características básicas. São propriedade privada para uso coletivo e ênfatizam o valor do que é privado e restrito ao mesmo tempo que desvalorizam o que é público e aberto na cidade. São fisicamente demarcados e isolados por muros, grades, espaços vazios e detalhes arquitetônicos. São voltados para o interior e não direcionados a rua. Cujas vidas públicas rejeitam explicitamente. São controlados por guardas armados e sistemas de segurança, que impõem as regras de inclusão e exclusão. (Caldeira, 2011: 258, 259)

Elegidos a espaços de prestígio, esses enclausros tornam-se o ideal de moradia disseminado no imaginário social sobre a cidade, construindo uma inversão de valores que havia prevalecido em décadas anteriores. Vendidos como meio de escapar da cidade, esses espaços vão constituindo uma trama territorial amparada em técnicas de segurança e vigilância que, em uníssono com a imagem/cidade/citroen, definem segmentações e cesuras entre classes sociais.

Espécie de quintessência Hobesiana<sup>7</sup>, toda uma política do medo vai se configurando em estilos de vida, compondo no binômio terror/segurança, uma dialética baseada na renúncia do espaço público. O sentimento de insegurança construído diariamente pelo jogo de espelhos da publicidade contemporânea, aprimora o que Gilles Deleuze e Félix Guattari tinham escolhido chamar de “micropolítica da insegurança”, no começo da década de 80.

A administração de uma grande segurança molar organizada tem por correlato toda uma microgestão de pequenos medos, toda uma insegurança molecular permanente, a tal ponto que a fórmula dos ministérios do interior poderia ser: uma macropolítica da sociedade para e por uma micropolítica da insegurança. (Deleuze, Guattari, 2004: 94)

Receptáculo de temores, o indivíduo contemporâneo é forçado a viver em uma circunscrição do possível, direcionando ao consumo a única solução para o sentimento de insegurança que o assola. Um regime de condutas que desemboca na produção de subjetividades aterrorizadas em pânico urbanos como: assaltos, sequestros, poluição, roubos de automóveis, perda do emprego, colisões de veículos, atropelamentos, ruas escuras, “bairros perigosos”, andar sozinho, usar o transporte coletivo, engarrafamentos, etc.

A economia do consumo depende da produção de consumidores, e os consumidores que precisam ser produzidos para os produtos destinados a enfrentar o medo são temerosos e amedrontados, esperançosos de que os perigos que temem sejam forçados a recuar graças a eles mesmos (com ajuda remunerada obviamente). (Bauman, 2010:15)

---

<sup>7</sup> Argumento defendido na obra mais famosa de Thomas Hobbes “Leviatã”, de 1651.



A cultura do consumo radicaliza o sentimento de isolamento, fechando as saídas para soluções que não passem pelo viés do mercado. O perigo que o outro representa e o imaginário de medos alimentados pela publicidade, ajudam a degradar ainda mais o espaço público. Qual é o saldo político dessa conjugação de dívidas, mediações e temores onipresentes?

#### **Figura 4: O Representado**

Consciente das inúmeras contradições sociais, espectador cotidiano do teatro de horrores dos noticiários noturnos, desencorajado de sair de casa em virtude dos perigos que a cidade é capaz de lhe oferecer, descrente das soluções políticas e de suas velhas organizações, o representado é forçosamente empurrado de volta para o medo (Hardt, Negri, 2014).

Filho da ausência de possibilidades coletivas de mudança reconhece o esvaziamento da política e suas formas de corrupção da democracia, no entanto, sem enxergar alternativas, facilmente se submete a uma posição passiva.

E o representado? O que permanece de suas qualidades como cidadão nesse contexto global? Ao deixar de ser um participante ativo da vida política, o representado se descobre o pobre entre os pobres, lutando sozinho na selva dessa vida social. Se não estimular seus sentidos vitais e despertar seu apetite pela democracia, o representado se tornará um produto puro do poder, a casca vazia de um mecanismo de governança que não faz mais referência ao cidadão-trabalhador. O representado, então, como as outras figuras é o produto da mistificação. Da mesma forma que o endividado é destituído do controle de seu poder social e produtivo; da mesma forma que a inteligência, as capacidades afetivas e os poderes da invenção lingüística do mediado são traídos; e da mesma forma que o securitizado, vivendo num mundo reduzido ao medo e terror, é despojado de toda possibilidade de troca social associativa, justa e amorosa, o representado também não tem acesso à ação política eficaz. (Hardt, Negri, 2014: 45)

Quando transpostas para o contexto urbano essas quatro figuras sintetizam a naturalização das imagens de uma cidade deserta. A crise que assola as grandes cidades é incapaz de provocar o associativismo de uma ação política, caindo no buraco negro da escolha sem alternativa do indivíduo por si mesmo.

Junto ao esvaziamento da política institucional e o seu conseqüente descrédito, propagandas como a do Citroen C4 Lounge contribuem para o reforço de um imaginário

sobre a cidade que separam o indivíduo do contato com o outro. Que o separam da vida pública e de toda a singularidade que a rua é capaz de proporcionar.

Quando a rua é marcada pela ausência da figura humana, quando a rua é destituída de sua potência em proporcionar encontros, que tipo de desdobramento político acarreta? A aleatoriedade, o acaso, o encontro, a diversidade e a possibilidade da diferença se vêem tolhidas.

## **Fora do mercado**

Na perspectiva do cotejo com a cidade citroen, nasceu à experiência com a etnografia de rua que narraremos a seguir<sup>8</sup>. A partir do itinerário do comercial de TV pelas ruas de Porto Alegre foi possível reconhecer algumas ruas, cruzamentos, esquinas e lugares. Uma vez mapeadas as rotas usadas na captação de imagens, tornou-se viável fazer um estudo das possibilidades de realização de uma etnografia situada no mesmo cenário urbano.

A busca por experienciar os mesmos lugares trouxe de imediato a consciência da inviabilidade em etnografar todas as ruas que aparecem nas imagens do comercial, exigindo a definição de um espaço mais restrito. Não só pelo espaço amplo de referências que as imagens do comercial remetem, quanto pelo tempo disponível para realizar o processo etnográfico. Tensão que levou a criação de possibilidades realizáveis e oportunas ao rigor metodológico que uma etnografia urbana exige.

Tornar-se um com os ritmos urbanos é perder-se no meio da multidão, deixar-se possuir por alguma esquina, fundir-se nos encontros fortuitos, mas é também localizar-se nas conversas rápidas dos habitantes locais, registrar piscadelas descompromissadas dos passantes, rabiscar apressadamente um desenho destas experiências no seu bloco de notas, tirar algumas fotos, gravar algumas cenas “estando lá”. Desenhos, croquis, anotações, fotos, vídeos, etc. No dizer Bachelardiano, para se praticar uma boa etnografia de rua o pesquisador precisa aprender a pertencer a este território como se ele fosse sua morada, lugar de intimidade e acomodação afetiva, através dos devaneios do repouso. (Rocha, Eckert, 2013: 23)

O esforço de familiarização, de construção de intimidade com as pessoas e identificação com o território exige um demorar no lugar. Os registros gráficos, a produção de imagens e outras formas de guardar indícios de uma experiência com a

---

<sup>8</sup> Fruto de um exercício proposto pelas professoras Cornélia Eckert e Ana Luiza Carvalho da Rocha na disciplina de Etnografia Visual e da Imagem, do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da UFRGS. Disciplina ofertada no segundo semestre de 2014.

etnografia de rua, forçam a um rigor metodológico complexo e intenso. Desta forma, o quadrante composto pela Av. Julio de Castilhos, a Rua Siqueira Campo, o Largo da Glênio Peres e o trecho que liga a Rua Borges de Medeiros a Av. Júlio de Castilhos nos arredores do mercado público de Porto Alegre, região central, foi o cenário escolhido para confrontar com a cidade fantasma Citroen.

Munido de equipamento fotográfico e de vídeo, contando com o importante apoio do antropólogo e cineasta Josep Juan Segarra<sup>9</sup>, o exercício possuiu o objetivo de contrastar os fragmentos visualizados no comercial da Citroen, com o ritmos de uma cidade habitada, povoada dos mais diferentes personagens e histórias. A cidade Citroen é dessubstancializada de temporalidade, tornando-se um espaço sem o verniz das gentes, cores, sons e texturas que a compõem como teatro das vidas. Como em um conto de Rubem Fonseca (Fonseca, 2006), a arte de andar pelas as ruas de Porto Alegre revive a memória literária das invisibilidades sensíveis de Ítalo Calvino (Calvino, 1990) ou encantamento pelas ruas de João do Rio (Rio, 2008). Da “Noite” de Érico Veríssimo (Veríssimo, 2009) e seus personagens nada convencionais a própria cidade como um personagem estranho em Ruffato de “*Eles eram Muitos Cavalos*” (Ruffato, 2011). Toda essa literatura urbana faz brotar o gosto por estar dentro do espaço, como um Ícaro caído nos estratagemas de Dédalo (Certau, 1994).

Na busca do encontro e diálogos menos fortuitos que aqueles que os deslocamentos na rua permitem ao etnógrafo, a cumplicidade dos pequenos gestos, sorrisos ou olhares dos habitantes da rua, moradores locais, comerciantes, freqüentadores, mendigos, vendedores ambulantes, menino(a)s de rua, feirantes, pode significar um convite a aproximação mais duradoura. (Rocha, Eckert, 2013: 25)

Dessa forma, buscando a experiência que só uma metrópole é capaz de proporcionar, o afastamento da cidade desabitada dá lugar ao imprevisto do jogar-se na cidade, praticando e sendo praticado pela cidade. Ao revés da cidade Citroen, tentamos produzir imagens outras, que demonstrassem seu ritmos e pulsões. Suas rotas e itinerários, seus ângulos e esquinas. Perspectivas atravessadas e comuns com o comercial, tempos próximos e espaços semelhantes. A partir da perspectiva do terraço do Prédio da Federasul, localizado na Av. Júlio de Castilhos, o primeiro intento foi produzir fotografias panorâmicas do espaço, criando uma perspectiva ampliada do Mercado Público e seus arredores.

---

<sup>9</sup> Na oportunidade, cursávamos a disciplina de Antropologia da Imagem e Visual.

Esse prazer de ver o conjunto (Certau,1994), desmaranhando-se temporariamente da cidade e colocando-se a distância em uma observação aérea, produz uma compreensão ampla do perfil topológico do lugar. Marcada pelo planejamento geométrico no desenho de suas ruas, largos, calçadas, avenidas, paradas de ônibus, estação de metrô, praças, ao mesmo tempo pela ocupação caótica de camelôs, pontos de taxi, tapumes, vendedores ambulantes, feira, carros, ônibus, transeuntes, a cidade vista de cima é um complexo de interações espaciais e temporais.

Amálgama de tempos, a arquitetura dos prédios e outras construções, são o testemunho vivo de épocas que convivem em segredo. Um segredo concreto, memória de pedra, aço, vidro, madeiras. Continuada no tempo, a cidade se espacializa desordenadamente como uma romaria de escritas que se avolumam em cada fachada, porta e telhado. A rua em ao meio a cada prédio é um sinal seguro da inevitável passagem do tempo que corre no passo trôpego da metrópole.

Descer ao nível da rua e produzir imagens fotográficas e videográficas depois de experimentar um olhar de Ícaro, sem dúvida traz outras miradas. Pegar o ângulo do comercial e não pegar a sua espetacularização da rua é a sabotagem da etnografia com a publicidade.

O espaço ocupado pelos homens lentos (Santos, 2011), com suas vivências e práticas do lugar, os motoristas que dividem a rua sem o sonho da privatização dos caminhos, os engarrafamentos de carros e ônibus, reinserem Ícaro na altura dos demais. Mais uma vez é a cidade falando aos sentidos. Os negócios, trocas, profissões, esperas, expectativas, são percebidas facilmente quando ao descer do prédio da Federasul nos imiscuímos no torvelinho da multidão.

Diferente da figura do securitizado apresentado anteriormente, o espaço público se apresenta como um lugar de encontro com o outro. Em contraste com o motorista da Citroen, caminhar pelas ruas de Porto Alegre fornece os encontros mais aleatórios. Levando a câmera de um ponto ao outro no intuito de captar imagens na parte externa do Mercado Público, entramos em contato com diferentes pessoas. Abordando e sendo abordados pelos mais diferentes personagens. Músicos populares, moradores de rua, trabalhadores informais, precários, funcionários da prefeitura, toda uma legião de personagens que tingem o espaço com suas biografias, desejos, objetivos e desvarios.

O engraxate de 80 anos que há sete décadas trabalha no mesmo local; A família de músicos da cidade de São Luiz Gonzaga/RS que ganha à vida tocando no Largo da Glênio Peres; A moradora de rua intrigada com o movimento que fazíamos com a

câmera e o equipamento que carregávamos naquela tarde chuvosa de outubro de 2014; Os olhares desconfiados dos transeuntes que cruzavam incomodados com o travelling que realizamos pelo mesmo trecho da Av. Júlio de Castilhos que o automóvel da Citroen percorre no comercial de TV; A “denúncia contra a ciência”<sup>10</sup> que gravamos ao sermos abordados por um jovem em frente à praça quinze; O espancamento do homem negro que tentava roubar uma garrafa de vinho tinto; Enfim, a babilônia apresentando suas diversas faces.

### **O engarrafamento de Cortázar**

Imagine um engarrafamento que dura um ano. Uma auto-estrada cheia de automóveis parados. Motoristas que retornavam de um final de semana na praia enfurecidos pelo estancamento súbito de suas vidas. No começo ninguém desconfia que a barricada de carros a sua frente durará tanto tempo. Que a copa de árvores que visualiza ao lado esquerdo do pára-brisa dessa vez não passará como um raio e permanecerá durante meses até sumir para sempre de sua consciência. Quem iria imaginar que os modelos Citroen, Mercedes Benz, ID, 4R, Lancia, Skoda, Morris Minor, Renault, Anglia, Peugeot, Prosche, Volvo, permaneceriam no seu campo de visão tanto tempo, a ponto de você se familiarizar com essa disposição na estrada. Não só se familiarizar como conhecer cada um dos integrantes daqueles veículos.

Aos poucos, um a um, os motoristas começam a abandonar seus carros. A moça do Dauphine observa os meninos louros do carro ao lado. O engenheiro do carro atrás reserva explicações detalhadas ao casal que lhe pede informações sobre o que está ocorrendo quilômetros à frente. Toda uma rede relações começa a ser tecida. Carros maiores viram leitos para os doentes. Encontros amorosos dividem lugar a pequenas desavenças do cotidiano. Um grupo de homens sai em busca de mantimentos. Alguém morre solitário agarrado ao volante que não voltará mais a dirigir.

Depois das chuvas tórridas do verão, do lento esfriar do outono, da neve e o florescer da primavera, bem devagarinho a fila de automóveis começa a mexer. O mundo constituído pela parada súbita dissolve-se ao ritmo da primeira marcha. A velocidade aumenta e logo os carros atingem 80km/h sem saber para que tanta pressa,

---

<sup>10</sup> Reproduzido no vídeo intitulado “Fora do Mercado”. O vídeo resulta de exercícios com etnografia de rua proposto na disciplina de Antropologia Visual e da Imagem PPGAS/UFRGS.

“por que essa correria na noite entre automóveis desconhecidos onde ninguém sabia nada sobre os outros, onde todos olhavam fixamente para a frente, exclusivamente para frente”(Cortázar, 2011; 35).

Olhando exclusivamente para frente os motoristas de Cortázar dão continuidade a uma trajetória sem a presença do outro. Os laços de pertencimento se dissolvem a medida que a rotação do motor se intensifica. O que o engarrafamento produziu em possibilidade de encontros se dissipa junto à nostalgia que aflige os motoristas a cada carro que desaparece para sempre de seu convívio.

O fantástico engarrafamento de Cortázar é uma inflexão de tudo que tentamos argumentar até agora. Uma criativa forma de confrontar o motorista Citroen e suas ruas fantasmas com o vigor de um experimento de “olhar para o lado” que o exercício com a vivência com etnografia de e na rua proporciona. Endividado, mediatizado, securitizado e representado, o homem-motorista contemporâneo é uma inflexão de uma encruzilhada de medos.

Sintoma e produção de uma prática urbana despotencializada a marcha da publicidade da citroen é de outra natureza da democracia. Ir para a rua mesmo sem a parada obrigatória de um engarrafamento aos moldes de Cortázar, na condição do exercício etnográfico e tudo que é capaz de fazer pensar, tornou-se o corolário desse experimento e a razão de continuidade de uma pesquisa que permanece sem resposta a várias perguntas realizadas nesse texto. Sem dúvida, ainda sim, com o mesmo gosto de perguntar o mesmo, só que em lugar diferente.

**Márcio Tascheto da Silva** é professor da Faculdade de Educação da Universidade de Passo Fundo - UPF/RS. Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS/RS.

## **Referências**

BAUMAN, Zygmunt. **Confiança e Medo na Cidade**. Lisboa: Ed. Relógio d'água, 2006.

\_\_\_\_\_. **Capitalismo Parasitário**. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2009.

\_\_\_\_\_. **Medo Líquido**. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2008.

CALDEIRA, Tereza. **Cidade de Muros: Crime, segregação e cidadania em São Paulo**. São Paulo: Ed.34/Edusp, 2000.

CALVINO, Ítalo. **Cidades Invisíveis**. São Paulo: Ed. Cia das Letras, 1990.

- COCCO, Giuseppe. **Trabalho e Cidadania**. São Paulo: Ed. Cortez, 2001.
- CORTÁZAR, Júlio. **Todos os Fogos, o Fogo**. Rio de Janeiro: BestBolso, 2011.
- FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta**. São Paulo: Ed. Annablume, 2011.
- FONSECA, Rubem. **Romance Negro**. São Paulo: Ed. Cia das Letras, 2006.
- FUÃO, Fernando Delfino de Freitas. **Cidades Fantasmas**. *Arquitextos*, São Paulo, 03.025, Vitruvius, jun 2002  
<<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/03.025/777>>. Acessado em 26/09/2014.
- LAZZARATO, Maurizio. **As Revoluções do Capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- \_\_\_\_\_. Maurizio. **Signos, Máquinas, Subjetividades**. São Paulo: Ed. Sesc/N-1, 2014.
- \_\_\_\_\_. Maurizio e NEGRI, Antônio. **Trabalho Imaterial: formas de vida e produção da subjetividade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- LUDD, Ned. **Apocalipse Motorizado**. Rio de Janeiro: Ed. Baderna, 2010.
- LUHMANN, Niklas. **A Realidade dos Meios de Comunicação**. São Paulo: Ed. Paulus, 2005.
- MACLUHAN, Marshal. **Understanding Media: The extensions of man**. Montreal: Ed. Sphere Books, 1964.
- MARAZZI, Christian. **O lugar das Meias: A virada linguística da economia e seus efeitos sobre a política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.
- NEGRI, Antonio e HARDT, Michael. **Multidão: Guerra e democracia na era do Império**. Rio de Janeiro, Record, 2005.
- \_\_\_\_\_. **Declaração Isto Não é um Manifesto**. São Paulo: Ed. Sesc/N-1, 2014.
- PALLASMAA, Juhani. **Os olhos da pele: a arquitetura e os sentidos**. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- RIO, João do. **A Alma Encantadora das Ruas**. São Paulo: Cia das Letras, 2013.
- ROCHA, Ana Luiza da e ECKERT, Cornélia. **Etnografia de Rua**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2013.
- RUFFATO, Luiz. **Eles Eram Muitos Cavalos**. São Paulo: Ed. Record, 2011.
- SARLO, Beatriz. **La Ciudad Vista**. Buenos Ayres: Ed. Siglo Veintiuno, 2010.
- SENNET, Richard. **A Corrosão do Caráter: Conseqüências pessoais do trabalho no novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 1999.
- SONTAG, Susan. **Sobre Fotografia**. São Paulo: Cia das Letras, 2013.

SANTOS, Milton. **Da Totalidade ao Lugar**. São Paulo: Ed. Edusp, 2011.

TAVARES, Gonçalo. **A Máquina de Joseph Walser**. São Paulo: Cia das Letras, 2011.

VERÍSSIMO, Érico. **Noite**. São Paulo: Ed. Cia das Letras, 2009.