Primeiras Palavras

Os lados de uma palavra

Bruno Alfano e Vitor Figueiredo

O conceito de popular gera confusão. Se, por um lado, cultura, música e comidas populares são hierarquizadas em relação a seus correspondentes de elite; por outro, a definição "popular" desperta a simpatia e o afeto do povo: assim, o marketing dos produtos de massas – incluindo aí os artistas – procuram vincular suas imagens ao conceito.

Este número 33 de **Eclética** se dedica a investigar o que é popular. Após as reuniões de pauta, nossos editores/repórteres foram às ruas para tentar esclarecer os diversos significados desse termo, que ainda provoca muita polêmica entre os acadêmicos, na medida em que os valores associados à noção de popular variam de acordo com o contexto em que são utilizados.

A revista abre com um artigo onde são ouvidos especialistas sobre os diferentes usos da palavra; em seguida, os textos contemplam o teatro de Amir Haddad, que saiu das grandes casas de espetáculo e foi para as ruas; as gírias, as superstições e os ditados utilizados pela população brasileira; a retomada da participação popular no Carnaval do Rio com os blocos de rua; um roteiro de lazer no Rio, que vai de Ramos à Saara, passando pela Feira de São Cristóvão; os jornais sensacionalistas que são sucessos de vendas nas bancas e as relações da elite econômica do Rio com a cultura popular.

Boa leitura!

Sumário

O popular nosso de cada dia...	2
Fuga para o espaço urbano, a busca pela expressão	7
Diversão para além do Leme ao Pontal	11
Do barraco ao palácio: a entrada do *funk* na elite carioca	20
Em rapidinha com Meia Hora, mulher sobe e desce no elevador	25
O idioma prático e inconfundível das gírias	30
Mas que elas existem, existem	35
Na boca do povo: as origens e significados dos ditados populares	40
A festa mais popular do Brasil	43

Eclética é uma Revista semestral dos alunos do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio, esse número foi produzido pela turma de 2011.2 do curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da disciplina de Edição em Jornalismo Impresso.

DIRETORA DO DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
Profa. Angeluccia Habert

CORDENAÇÃO EDITORIAL
Prof. Fernando Sá

PROGRAMAÇÃO VISUAL
Prof. Affonso Araújo

ALUNOS EDITORES
Bruno Alfano e Vitor Figueiredo

REDAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO
Departamento de Comunicação Social
Rua Marquês de S. Vicente, 225 – Ala Kennedy
6º andar – Gávea – Rio de Janeiro – RJ
Cep: 22453-900 – Tel.: (21) 3527-1603

O popular nosso de cada dia...

COMIDA POPULAR, carro popular, farmácia popular, até música popular. Quando o assunto é mostrar acessibilidade tudo passa a ser associado ao termo que, ao mesmo tempo, é utilizado em discursos políticos para designar toda uma nação. Mas, afinal, o que entendemos hoje pela palavra que é capaz de excluir e englobar, confundindo desde estudantes até especialistas da língua?

Pedro Motta e Laís Botelho

Apesar de ser utilizada desde a Antiguidade, a palavra popular foi ganhando uma plasticidade conceitual ao longo do tempo: teve seu marco na tradição e veio sendo reformada de acordo com as atuais exigências. A confusão no uso é confirmada pela socióloga e doutora em Comunicação, Ilana Strozenberg. Para ela, o termo popular é uma categoria do discurso, uma construção cultural, que adquire significados distintos em contextos distintos. No caso da cultura brasileira, a ideia de popular estaria tradicionalmente associada a grupos situados em camadas inferiores da sociedade, seja do ponto de vista econômico, político ou social. Assim, o que é dito popular se refere a uma camada específica da sociedade, e não à população como um todo.

Mas, como não se trata de um conceito, os valores associados à noção de popular variam de acordo com o contexto em que são utilizados. Para a especialista, podem estar associados a condições de falta – como ignorância (falta de conhecimento), pobreza (falta de recursos econômicos) ou ainda a valores positivamente valorizados – como autenticidade (como no caso da valorização da cultura popular, entendida como "de raiz").

Essa variedade na conceituação também é refletida na sociedade, que tem maneiras particulares de definir a palavra: "As classes média e alta determinam o que é popular, seja na roupa, na atitude, na música e as classes mais baixas tentam imitar. O funk, por exemplo, começou nas periferias, mas só se tornou popular quando foi para as classes mais altas", opina Ygor Rocha, 20, estudante de publicidade da PUC-Rio.

No entanto, para Olivier Barbosa, 32, guardador de carro, popular é sinônimo de identidade: "Popular vem do povão e fica no povão. Não no sentido negativo, de baixa qualidade. Mas, popular identifica o povão", afirma.

Para Carla Cristine, administradora, de 27 anos, o respeito é algo que virou popular: "Falta de respeito e relacionamentos viraram coisas populares: ninguém mais leva a sério", exemplifica.

Como prova da confusão gerada pelo termo, nem mesmo os especialistas têm uma opinião formada. Segundo Margarida Basílio, doutora em Linguística pela Universidade do Texas, trata-se de um período de transição. E, para ela, a interpretação de o que é popular ainda depende muito das circunstâncias em que o termo é utilizado: "Nessa eu vou ficar em cima do muro. Não diria nem que popular favorece ou abrange a todos ou que o termo se refere apenas a classes menos condicionadas. Há uma variação muito grande em relação ao que se considera popular como uma palavra isolada. Depende do contexto. Conforme o assunto, a interpretação muda", explica.

Já a doutora em Filosofia, Alzira Everton, afirma ser questão de exclusão: "Quem se manifesta pejorativamente acerca do popular, são pessoas que vivem da superficialidade e desvalorizam a essência do outro", opina.

Cultura popular x cultura de massa

A necessidade de se comunicar mais a cada dia desenvolve na sociedade novas mídias, que vão além do rádio, TV, internet e publicações impressas. O conhecimento e a cultura passam a ser distribuídos por esses meios, fazendo com que outras classes, além da elite, também tenham acesso às artes e diferentes manifestações.

Camila Grinsztejn

A cultura popular surge das tradições e costumes e é transmitida de geração para geração, principalmente, de forma oral

Para a socióloga Strozenberg, nesse contexto, a cultura de massa – surgida a partir da ampla divulgação das expressões artísticas através dos meios de comunicação – se aproxima da noção de cultura popular justamente porque parece realizar essa ideia de uma cultura que pode ser acessada e consumida por todos. Mas para ela, essa confusão não ocorre no Brasil: "No Brasil, a cultura popular é associada a uma determinada tradição. Assim, a cultura de massa é, muitas vezes, vista como algo que desvirtua, contamina ou enfraquece a cultura popular, uma vez que essa está vinculada ao tradicionalismo. A confusão ocorre nos EUA, onde a ideia de popular se refere à sociedade abrangente".

Cultura popular pode ser definida como qualquer manifestação cultural em que o povo produz e participa de forma ativa

Para o professor de Estética da Comunicação de Massa da PUC-Rio, Gustavo Chataignier, a totalidade que engole as singularidades pode ser lida de duas formas: "Em uma leitura, o 'popular' se opõe ao 'popularesco', ou seja, a cultura folclórica seria portadora da tradição, renovada em cada rito ou encenação. Expressão de 'raízes', não se conjugaria com elementos exteriores. Uma segunda leitura aponta para a homogeneização de gostos finalmente integrados por esse 'grande outro midiático'".

> ***"Considero o linguajar popular como parte integrante da língua. Não é falar errado, é apenas falar a língua popular"***
>
> **Margarida Basílio**

Para ele, a reprodução das artes é um fato, mas a questão de saber até que ponto ela é libertária passa por uma complexificação. O estímulo aos sentidos transmitido pela mídia não dariam espaço para respirarmos, fato este apontado por uma série de pesquisadores e psicanalistas, como Slavoj Zizek e Maria Rita Kehl, segundo Chataignier. Ele ressalta ainda que o princípio de lucro dirige aquilo que é reproduzido. Nesse contexto, pouco importaria a experimentação artística, bastando a veiculação de estímulos facilmente manipuláveis.

Mas, apesar de um cenário sombrio, novidades surgem: "Esse era um dos pontos levantados por Guy Debord e os situacionistas – usar a língua do adversário, dentro de seu próprio terreno. A internet é, inclusive, um grande veículo facilitador da inovação, de criação de público. Com Mickey Mouse e nos desenhos animados em geral, escreveu Walter Benjamin, vemos objetos ganhando vida, um mundo onírico se revela. A tal 'confusão', presente nos termos 'cultura de massa' e 'cultura popular', pode ser benéfica. Quantas pessoas viram Chaplin? Quantos não cantam os

Divulgação

Programas como os de Wagner Montes são exemplos da "sutil" diferença entre o popular e o popularesco

versos de nosso cancioneiro? Quantos manifestantes se mobilizaram graças às redes sociais na Primavera Árabe?"

Dessa forma, a mídia reforça seu papel informativo e construtivo, cabendo às pessoas saberem aproveitá-la de maneira consciente. Mas, outro problema pode ser levantado quando a cultura popular, como a linguagem, invade a cultura de massa, principalmente na aprendizagem. A fala popular deveria ser reproduzida pelos meios de comunicação didáticos e permitida em instituições de ensino ou apenas a norma culta poderia ser aceita?

Usar a linguagem popular é falar errado?

No início de 2011, o MEC adotou a distribuição de um livro que defende a fala popular. *Por uma vida melhor*, usado para educação de jovens adultos, provocou debates sobre o papel da língua popular na sala de aula e criou polêmica no capítulo que tratava da diferença entre falar e escrever, no qual considera adequado o uso da linguagem oral. A questão foi em torno da aceitação em se dizer "Os livro ilustrado mais interessante estão emprestado". Segundo especialistas, a apropriação da língua popular no ensino ajuda os estudantes a se sentirem mais incluídos e, assim, facilita o aprendizado da norma culta: "Eu, como linguista, considero o linguajar popular como parte integrante da língua. Não é falar errado, é apenas falar a língua popular", argumenta a doutora em Linguística Margarida Basílio.

Para a professora de Psicologia da Educação Zena Eisenberg, existe uma história política de segregação em que o falar "popular" é falar errado, pois são as classes menos favorecidas que o utilizam. Mas isso seria um mito: "Nós também falamos errado, mas não nos damos conta. O carioca, por exemplo, adora conjugar suas frases com o sujeito "tu" e não é repreendido por isso. O popular é diferente e não errado", fala a professora.

Segundo a especialista, para aprender a falar é preciso cometer erros. Eles são previstos dentro do desenvolvimento e não devem ser corrigidos. A repressão é uma forma de inibição e isso pode prejudicar a aprendizagem. O que deveria ser feito é a modelagem, ou seja, a repetição do que foi falado, mas de forma correta: "Devemos derrubar o preconceito e aceitar os dialetos, mas saber que existe uma norma culta que é 'estrangeira' para todos e que deverá ser aplicada em certos contextos", resume Eisenberg. **POP!**

O popular na história

A palavra começou a tomar forma na Idade Média. Para a antropóloga Santuza Naves, da PUC-Rio, a procura por justiça, afirmação e construção de uma identidade nacional nos movimentos de contestação desse período foram decisivas para a criação do termo. Este aspecto passou a ser esboçado em comunidades antigas, como a judaica: "A Bíblia, por exemplo, tem diversas passagens que demonstram as revoltas populares como no caso da cobrança do dízimo e do acúmulo de terras pela Igreja", exemplifica a especialista.

Já na Modernidade a situação se repetiria, mas ganhando características próprias. As lutas para derrubar a situação política dominante é o principal exemplo. Dentre as revoluções liberais modernas, a antropóloga destaca a Revolução Francesa, que colocou em foco as classes mais simples da sociedade, as classes populares. Situação essa que voltaria a acontecer com o pensador Karl Marx, que ao escrever o Manifesto comunista deu voz à classe proletária, fecundando os movimentos de libertação em todo o século XX.

O século XX traria o "popular" para as plataformas políticas. A Insurreição Comunista de 1935, no Brasil, como cita a antropóloga, se orienta por um programa de governo popular nacional revolucionário. Nesse caso, o termo se referiria ao interesse das grandes massas. O conceito assim é trocado, o que até então estava relacionado ao povo subalterno em busca de espaço na sociedade, torna-se o centro de questões importantes do discurso político.

Toda essa questão conceitual, também passa pelo universo da comunicação. Para Naves, dentro dos movimentos sociais ao longo da história, o "popular" ganha diferentes concepções quando, por exemplo, é associado às manifestações culturais. As crenças, festas, danças, ritos, entre outros, tornam-se um produto do povo e se concretizam no tempo: "O popular nesse sentido está ligado a um passado, a uma tradição imutável, que é lembrada com riqueza e que enobrece os autores e a história de uma sociedade". Mas essa cultura popular, no universo moderno, acabou misturando-se a outro "conceito": ao de cultura de massa.

Fuga para o espaço urbano, a busca pela expressão

Vitor Figueiredo e Pedro Moreno

Junto a Augusto Boal, Amir Haddad é um dos precursores do teatro de rua no Brasil

Embora o teatro seja conhecido pelo seu glamour, também possui uma faceta popular ainda pouco reconhecida por nós. Feito pelo suor de quem luta para criar algo novo, a quinta arte saiu dos grandes salões e foi para as ruas. Essa forma de teatro, muito mais barata, se utiliza do espaço urbano, de figurinos mais elaborados e da participação de quem assiste.

Em sua essência, busca provocar a reflexão, criar novas ideias e encontrar formas mais livres de expressão. Uma prática artística que se contrapõe aos discursos autoritários.

E, por isso, sofreu muito durante os anos de ditadura no Brasil, mas sobreviveu. E como toda arte possui seus expoentes, quando se fala de teatro de rua, é obrigatório que se fale de Amir Haddad.

Após abandonar a faculdade de Direito, para se dedicar ao mundo artístico, o mineiro de Guaxupé inicia, em 1958, uma carreira de sucesso como ator e diretor de teatro. Haddad fez parte da criação da companhia de Teatro Oficina, fundou o grupo "Tá na Rua", e ainda realizou projetos mais convencionais, como o Mercador de Veneza, *de W. Shakespeare.*

Em entrevista à **Eclética**, *Amir Haddad fala de sua vida e de sua arte.*

O grupo "Tá na rua" lutou contra a ditadura e o preconceito

Eclética: *Porque você decidiu migrar para o teatro de rua?*

Amir Haddad: Estava me sentindo muito sufocado pelo teatro que fazia. Ele não me permitia pensar num mundo melhor, pois era numa época horrível do Brasil: a época da ditadura militar, Médici no poder, depois Geisel. Eu comecei a sair na rua na época do governo Médici e era restritíssima minha área de ação, porque nos teatros eu só podia ocupar o espaço que a ditadura permitia que eu ocupasse. A censura cortava todas as peças. Eu estava insatisfeito com o teatro que fazia, mesmo antes da ditadura. Eu não queria me repetir, queria continuar avançando.

E: *Como se deu essa transição para o teatro de rua? Como foi buscar essa nova forma?*

> ***" Quando eu decidi fazer aquilo em que acreditava, houve quem se desviasse de mim na calçada, achando que eu era louco "***
>
> **Amir Haddad**

A.H: Eu me dei conta de que estava ideologicamente cercado. Se quisesse fazer o meu teatro, teria que mexer no espaço. Eu nunca tinha feito isso. Já tinha mexido em dramaturgia, em ator, em cenário, em produção, em diretor, mas nunca no espaço. O teatro brasileiro já fazia isso, descia para a plateia e a envolvia. A gente já tinha resolvido essa questão interna do espaço, mas não estava satisfeito. Eu queria mais. A rua foi se colocando como um espaço definitivo. Um espaço amplo, aberto. Saí para a rua porque estava morrendo sufocado e precisei buscar um espaço maior.

E: *Você viveu na época da ditadura, e a censura deixava as coisas ainda mais difíceis. O que você fez para driblar essas dificuldades?*

A.H: Quando fui fazer teatro na rua, já era o fim do governo Geisel, final dos anos 1970, início da década de 1980, o governo Figueiredo encaminhava as primeiras aberturas democráticas. O governo nunca soube que eu fazia teatro de rua, nunca pedi autorização nem submeti meus textos à censura. Na verdade, nem tinha texto, nós improvisá-

Júnior Santos

Como toda forma de cultura no Brasil, o teatro também luta para sobreviver

vamos muito. Quando comecei, eles não conheciam esta modalidade. O teatro era uma arte culta, respeitável, uma arte que a burguesia valorizava e que era feita dentro das salas. As salas eram templos intocáveis, e os teatros municipais e teatros centrais eram símbolos de poder, facilmente identificáveis com os fatores ideológicos dominantes. Custaram muito para perceber que eu estava fazendo teatro de rua, e eu já era um diretor famoso nas salas. Custaram para perceber que isso modificaria a feição do teatro no Brasil.

E: *O teatro de rua, de certa forma, é preterido. Qual foi o impacto que isso provocou no meio teatral e nas pessoas com que você já havia trabalhado ou estava trabalhando na época?*

A.H: Meus amigos me chamaram de louco, eu larguei certo padrão, deixei de trabalhar com os melhores atores, concorrer a Prêmios Molières. Eu dei as costas para isso. Quando decidi fazer aquilo em que eu acreditava, trabalhar com um grupo considerado amador, por fazer teatro experimental, houve quem se desviasse de mim na calçada, achando que eu era louco. Hoje, a minha opção pode parecer banal, mas, naquela época, muita gente ficou perplexa, pensando que eu tinha tomado algum ácido, pelo fato de abandonar tudo o que eu tinha para tocar tambor na Cinelândia, e eu não voltei.

E.: *Quando começou a trabalhar com o "Tá na Rua" como foi o contato com o púbico? Eles se interessavam e entendiam o espetáculo?*

A.H: Foi surpreendente, ao entrar em contato com as pessoas, perceber a possível sabedoria numa massa que é considerada supostamente ignorante por não ter sido preparada, nem educada. Não que eu tivesse ido à rua com o propósito de levar cultura aos pobres. Não fui levar, generosamente, o meu saber para quem não o tem. Eu não fui salvar ninguém. Eu fui à busca de interesses meus, pessoais: fui fazer o meu teatro. A bem dizer, era eu quem precisava se salvar, porque estava morrendo, num período de ditadura, pessoas conformadas, coisas regredidas e um controle cada vez maior. Na medida em que nos era revelada a sabedoria daquela ignorância, começamos, por outro lado, a descobrir também a ignorância da nossa sabedoria. Meu grupo era predominantemente formado por jovens brancos universitários de classe média e o nosso universo ideológico que, quiséssemos ou não, tínhamos nas cabeças começou a desmontar-se.

E.: *O que você acha da situação atual do teatro de rua? Agora que vivemos num país mais democrático, e possuímos a tão cobiçada liberdade de expressão.*

A.H: O resultado é que hoje são centenas de grupos de teatro de rua. Não existe festival no Brasil que não seja obrigado a incluir pelo menos um espetáculo de rua, de tão forte que é esta realidade. **POP!**

Teatro de rua x Teatro de palco

Fotos: Sandra Calaça

André Garcia é adepto da Cameloturgia, a dramaturgia do camelô

As adversidades da rua criam novos desafios para o ator que escolher se aventurar fora dos palcos. André Garcia Alves, 31 anos, ator e diretor do grupo de teatro de rua "Será o Benedito?!", fala sobre as diferenças entre teatro de rua e o teatro de palco: "Na rua o processo é transparente. O ator se prepara na frente do povo, interagindo com a plateia. Já no palco o ator geralmente já aparece com figurino completo. Além disso, há um simbolismo que poucas pessoas reparam. Na rua, o espetáculo se dá no mesmo plano que o público. Enquanto no palco, o ator se traveste na figura quase que de uma autoridade, acima do público. É como se impusesse alguma coisa, estivesse no comando", analisa André.

A linguagem também é outra diferença a se destacar entre as duas manifestações. Na rua, como a plateia não necessariamente assiste ao espetáculo até o fim, é apropriado o uso de um figurino que identifique rapidamente ao público efêmero o tipo de personagem que está sendo desenvolvido durante a encenação.

"Por exemplo, o uso de máscaras, bastante colorido, gestos da mímica no lugar de palavras e até as circenses pernas-de-pau, que servem para a personagem crescer (literalmente) em cena, e chamar a atenção. São pequenas especificidades da linguagem, mas que são extremamente importantes para o ator de rua", conta André.

O diretor polemiza ao comparar o ator que encena na rua com o que atua nos palcos: "Eu acho que o ator que apresenta seu trabalho na rua tem que ser mais completo. Na rua é no 'gogó', no nível do povo, sem recurso técnico de som ou iluminação. O melhor ator do palco pode 'quebrar a cara' na rua. Porque você lida com uma série de intervenções extras, que não existem no palco. Na rua você não tem obrigatoriamente um roteiro pré-definido. Requer um tino maior de improvisação. É um espetáculo que quem dirige é o público", finaliza André.

Característico do teatro de rua, o ator interage com o público no espetáculo Dados Variáveis

Uma Oficina de se fazer teatro

O grupo Oficina lança o Tropicalismo com a peça O Rei da Vela

Teatro Oficina Uzyna Uzona: ou apenas Teatro Oficina é uma das mais importantes companhias de teatro do Brasil, localizado em São Paulo, fundada em 1958 por um grupo de alunos da Escola de Direito do Largo de São Francisco. Entre seus fundadores encontram-se grandes nomes do teatro brasileiro como, Renato Borghi, Carlos Queiros Telles e Amir Haddad. Inspirado nas ideias de Sartre e Camus, o projeto era fazer um novo teatro, que se distanciasse do Teatro Brasileiro de Comédia (TBC) e do nacionalismo do Teatro de Arena. Foi responsável por ter lançado o Tropicalismo, com a peça O Rei da Vela. *E montou diversas obras entre elas a adaptação de* Os Sertões *de Euclides da Cunha.*

O grupo Oficina encenando a peça O Banquete em Fortaleza

Diversão para além do Leme ao Pontal

REFRIGERANTES DE CAJU, freiras ao lado de sexy shop, réveillon ao som de Elimar Santos. Conheça o que se encontra nos pontos de lazer popular do Rio de Janeiro como a Feira de São Cristóvão, a Saara e o Piscinão de Ramos

DIVULGAÇÃO

O Pavilhão de São Cristóvão, que abriga o Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas

BRUNO ALFANO E CAMILA GRINSZTEJN

Depois de chegar de Lisboa para um intercâmbio na UFRJ, a portuguesa Rita Canique, 23, se divertia na noite do Rio de Janeiro. Mas ali, tudo era diferente. Ainda na Europa, ouvira falar das praias da cidade, do Cristo Redentor, do Pão de Açúcar, mas nunca da Feira de São Cristóvão. O local agradava. No entanto, sem a dica do carioca Rafael Stockar, morador do Complexo do Alemão e estudante de Letras da UFRJ, ela dificilmente conheceria: "Estou muito encantada. Comi um es-

Divulgação

Entrada pricipal da Feira de São Cristóvão

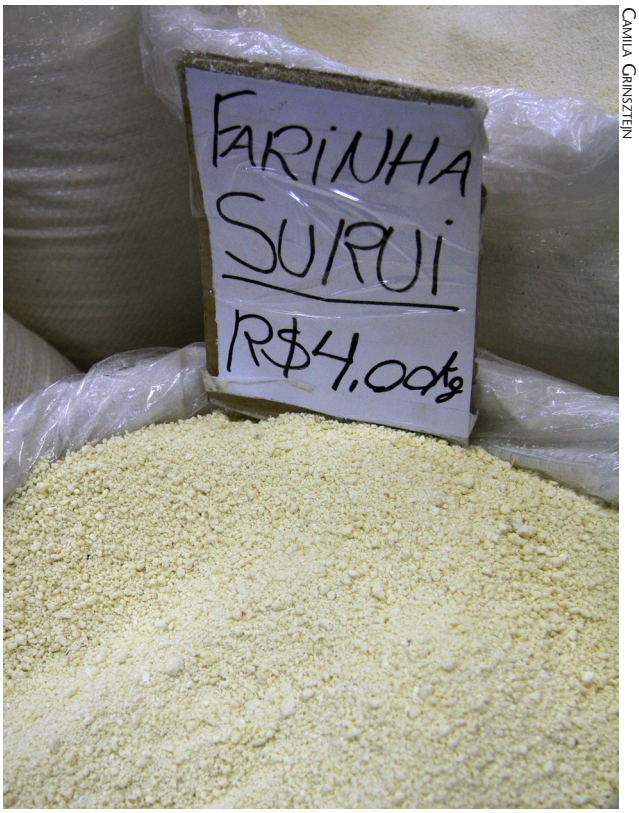
Divulgação

Estátua de Luiz Gonzaga dá as boas-vindas ao visitantes

petinho gostoso que não tem em Portugal", disse Rita, com o forte sotaque lusitano.

A Feira faz parte de um circuito alternativo aos mundialmente badalados atrativos da cidade. Ali, convivem cariocas, turistas e nordestinos, migrantes que vivem, majoritariamente, nos subúrbios do Rio. À atração noturna, soma-se o Piscinão de Ramos e o centro comercial da Saara num roteiro de lazer dedicado às pessoas mais pobres.

Rafael Stockar, o carioca que levou Rita à Feira, participa de um programa de ajuda aos intercambistas. Uma espécie de guia dos estrangeiros no Brasil. Para explicar o porquê de levá-los ao Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas – nome oficial da Feira de São Cristóvão –, Rafael recomenda observar o ambiente.



Camila Grinsztejn

Ingredientes da culinária nordestina, que não estão à venda em supermercados tradicionais, aqui são facilmente encontrados

Camila Grinsztejn

As "namoradeiras" de mais diferentes estilos viraram peças de decoração

Cachaças de todo Nordeste se encontram na Feira de São Cristóvão

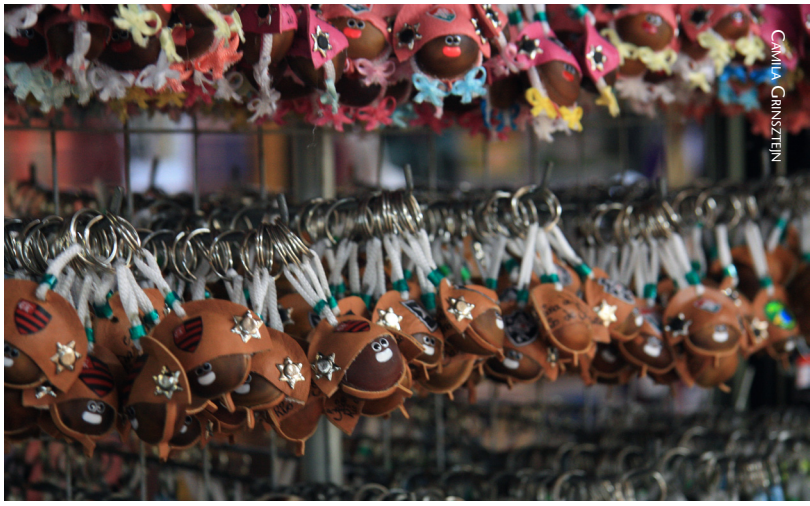
Guaraná Jesus só vende no Maranhão e na Feira de São Cristóvão, a garrafa no Rio custa R$ 7,00

O enorme pavilhão é um reduto para a cultura nordestina. Em frente ao grupo de estrangeiros, três repentes mexiam com os espectadores, na Praça Padre Cícero, tentando conseguir algum dinheiro pela simpatia. Nas lojas, chapéus típicos, sandálias de tiras de couro, farinha, tapioca, refrigerantes de caju e uma infinidade de produtos que, no Rio de Janeiro, só se encontra ali. Localizado no bairro de São Cristóvão, zona norte, o centro atrai 300 mil visitantes por mês. Os nordestinos se sentem em casa. No palco principal da Feira – com cerca de sete metros de largura –, se apresentam os artistas que interpretam grandes sucessos da música popular, como Frank Aguiar, Fagner ou Calcinha Preta.

"Os estrangeiros podem ver toda a diversidade cultural que o país tem", resume o guia.

Mas não é só com forró, repente, xaxado e baião que a Feira embala. Os ritmos da cidade também têm seu espaço. Carioca de Vila Isabel, Ed Wilson da Silva, 24, começou a frequentar o local quando ainda era solteiro, há 6 anos atrás. Hoje, leva a esposa e o filho de quatro anos. Ele diz que o melhor do lugar é a diversidade de pessoas, o pagode, o funk, o forró: "Mas, quando eu era solteiro, vinha mesmo por causa das mulheres", confessa.

Hoje são 700 barracas entre restaurantes, bares, açougues, sorveterias, lojas de CDs, produtos típicos. Mas foi a partir de 1945 que o Campo de São Cristóvão começou a receber retirantes em paus-de-arara para trabalharem na construção civil. Aos domingos, o local virava uma feira, com música e animação. Com o tempo, ali passou a ser um ponto de encontro dessa população e começou a crescer. Em 2003, a prefeitura, então, resolveu ceder um an-



Alguns produtos típicos nordestinos são quase que exclusividade do Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas

tigo Pavilhão para organizar o encontro que já se agigantava.

A concentração dos nordestinos favorece a oferta de inúmeros produtos específicos para o público. Nos açougues, por exemplo, as carnes de primeira dão espaço às tripas e à carne de sol. Nos mercadinhos, as grandes marcas de refrigerante ficam em segundo plano para o Guaraná Jesus que, embora seja produzido pela marca Coca-Cola, é considerada uma preciosidade do Maranhão. Há até uma agência de turismo voltada para promover viagens à região: vendendo passagens de avião no carnê e em até 12 prestações sem juros, a agência fatura em cima da saudade.

"O pessoal vem aqui para voltar para casa. 99% dos clientes são nordestinos que vão para a Paraíba, Pernambuco. Garçom vem direto aqui", confirma Márcio Seara, o gerente do empreendimento.

Acolhendo os migrantes no Rio e preservando a cultura nordestina, a Feira de São Cristóvão tem o poder de criar cidadãos carioca-nordestinos. É o caso do garçom Nelson Oliveira, 58. Baiano, de Teixeira de Freitas, deixou a cidade há 38 anos para tentar a vida no Rio: "A maré tava braba, né, nego?", justifica a debandada.

Chegando ao Rio, começou a trabalhar na Feira de São Cristóvão. Com saudades, depois de 20 anos morando no Rio, voltou à terra natal para passar férias: "Eu sinto saudades da minha Teixeira de Freitas, mas agora eu não voltaria a morar lá. Já sou meio carioca", revela Nelson.

O garçom, um carioca-baiano, ilustra a situação do migrante que perde o vínculo com a terra natal e não cria outro, por completo, com a cidade que o recebe – ficando sem raízes. Entretanto, há na Feira aqueles que nunca tiveram nem um lugar para sentir saudades.

Quando nasceu, Carlos Botelho, o diretor cultural da Feira, sua mãe estava saindo do Maranhão para morar no Pará. No meio do caminho, dentro do barco que atravessa o Rio Tocantins, Carlos nasceu ainda em águas maranhenses. No entanto, o primeiro lugar em que colocou os pés foi em Marabá, no Pará: "Nasci meio maranhense e meio paraense", explica. Ainda novo veio para o Rio, que, segundo ele, o acolheu: "Vim para o Rio pobre e a cidade me acolheu. Hoje sou maranhense, paraense e carioca", orgulha-se.

Como diretor cultural da Feira, Marabá, como Carlos é conhecido, é responsável por cuidar para que as músicas tradicionais da região tenham espaço no local contra a invasão dos ritmos modernos. Segundo ele, todo mundo tem vez na Feira de São Cristóvão, mas ali tem que se priorizar o forró. Ele próprio é um representante do ritmo. Cantor e compositor, já dedicou um repente ao lugar que ama: "Quando eu morrer, não quero choradeira. Me enterre no Caju pra (sic) ficar perto da Feira", declamou, fazendo referência ao bairro vizinho de São Cristóvão, marcado por abrigar grandes cemitérios.

Preparando-se para a noite

Um encontro nacional de freiras tirou a Irmã Nise do seu convento em Belém do Pará para conhecer a cidade Rio de Janeiro. Coberta dos pés à cabeça pelos paramentos – um conjunto de peças que fazem o papel de burca no cristianismo –, a freira Lenise de Abreu andava pelas ruas da Saara, no calor carioca de 39°, entre as 1.200 lojas de bijuteria, decoração, bugigangas e até sexy shops do centro comercial.

"Aqui tem muitas coisas bonitas: roupas, bijuterias. Mas isso não é coisa de freira, não", divertia-se, Irmã Nise.

No entanto, a enorme variedade de produtos do local também contemplava o gosto da religiosa. Entre uma loja de jóias e outra de roupas, a Irmã Nise achou um estande só com artigos de decoração. As flores de plástico que reproduziam até gotas de água escorrendo pelas pétalas, como se tivessem sido regadas naquele momento, chamam a atenção da religiosa.

"Essas flores são lindas. Da próxima vez que eu vier ao Rio, eu vou até trazer mais dinheiro", garantiu.

Acostumada com a reclusão do convento, a freira se incomodava um pouco com a pequena multidão em sua volta que a acompanhava na arte de encontrar os melhores preços pelas 11 ruas que formam a Saara. Localizado no coração da cidade, no Centro – entre a praça Tiradentes, a avenida Presidente Vargas, a rua dos Andradas, e a praça da República –, todo dia passam por ali cerca de 70 mil pessoas, com os mais variados objetivos.

O pesquisador francês David Ratier está de férias

As ruas do Saara movimentam cerca de 70 mil pessoas por dia em busca de melhores preços e variedades

Camila Grinsztejn

Sexy Shop: pelas ruas da Saara encontra-se mercadorias para todos os públicos

no Rio há uma semana. Ele e a namorada viram num guia de turismo que na Saara tinha um restaurante libanês. No caminho, entretanto, cederam às tentações de uma loja das sandálias Havaianas, mundialmente conhecidas e copiadas: "A gente veio aqui só para almoçar, mas a minha namorada quis comprar aqui e paramos", alertou Ratier.

Os estrangeiros são presenças marcantes na Saara. Além de turistas, uma parcela significativa dos lojistas veio de fora do Brasil: 10% dos estabelecimentos são comandados por chineses, por exemplo. Além disso, há também vietnamitas, portugueses, espanhóis, árabes, judeus, gregos e japoneses entre os comerciantes. Por reunir uma verdadeira babel de sotaques, ganhou o apelido de "Pequena ONU carioca".

Organizada, a Saara possui uma associação comercial. Cada lojista paga, dependendo do tamanho da loja, R$ 120 ou R$ 90 por mês. Em troca, recebe uma infraestrutura completa. O presidente da Saara, Ênio Bittencourt, conta que a associação garante limpeza, segurança e até um sistema de rádio para os lojistas anunciarem seus produtos: "A gente tem um segurança à paisana em cada esquina. Aqui, gatuno não tem vez", afirma o presidente que está há 20 anos no comando.

Camila Grinsztejn

Há 20 anos na presidência da associação comercial, Ênio Bittencourt se orgulha da 25 de Março carioca

Segundo Ênio, no Natal, a Saara é um destino quase que obrigatório do carioca. As lojas inundam os consumidores com as mais inimagináveis ofertas de presentes e enfeites natalinos, como pinheiros de plásticos em todos os tamanhos, bolas coloridas para enfeitá-los e luzes que piscam em diversas frequências. Nessa época, o fluxo de consumidores chega a 1,5 milhão de pessoas por dia.

"Somos um cartão de visitas do Rio de Janeiro. A gente está recebendo até a freguesia da 25 de Março [a Saara dos paulistas], porque lá tem muitos assaltos", gaba-se Ênio.

Para disputar a freguesia, as lojas procuram os mais variados atrativos. Simpáticos vendedores tentam conquistar, literalmente no grito, os passantes e locutores empostam a voz no microfone com as melhores ofertas. Seguindo a lei mais básica da economia, a grande oferta faz com que os preços caiam.

Atraída pelas boas ofertas, a professora de dança Viviane Carvalho, 24, costuma passear pelas ruas da Saara para preencher o tempo entre uma aula e outra. "Eu venho aqui fazer hora", justifica. No entanto, as vitrines com roupas, bolsas e bijuterias são tentadoras. A moradora do Méier conta que toda semana compra alguma coisa no local. Consciente da origem, geralmente chinesa ou paraguaia dos produtos, ela garante: "A qualidade do que a gente compra aqui é bem próxima da original".

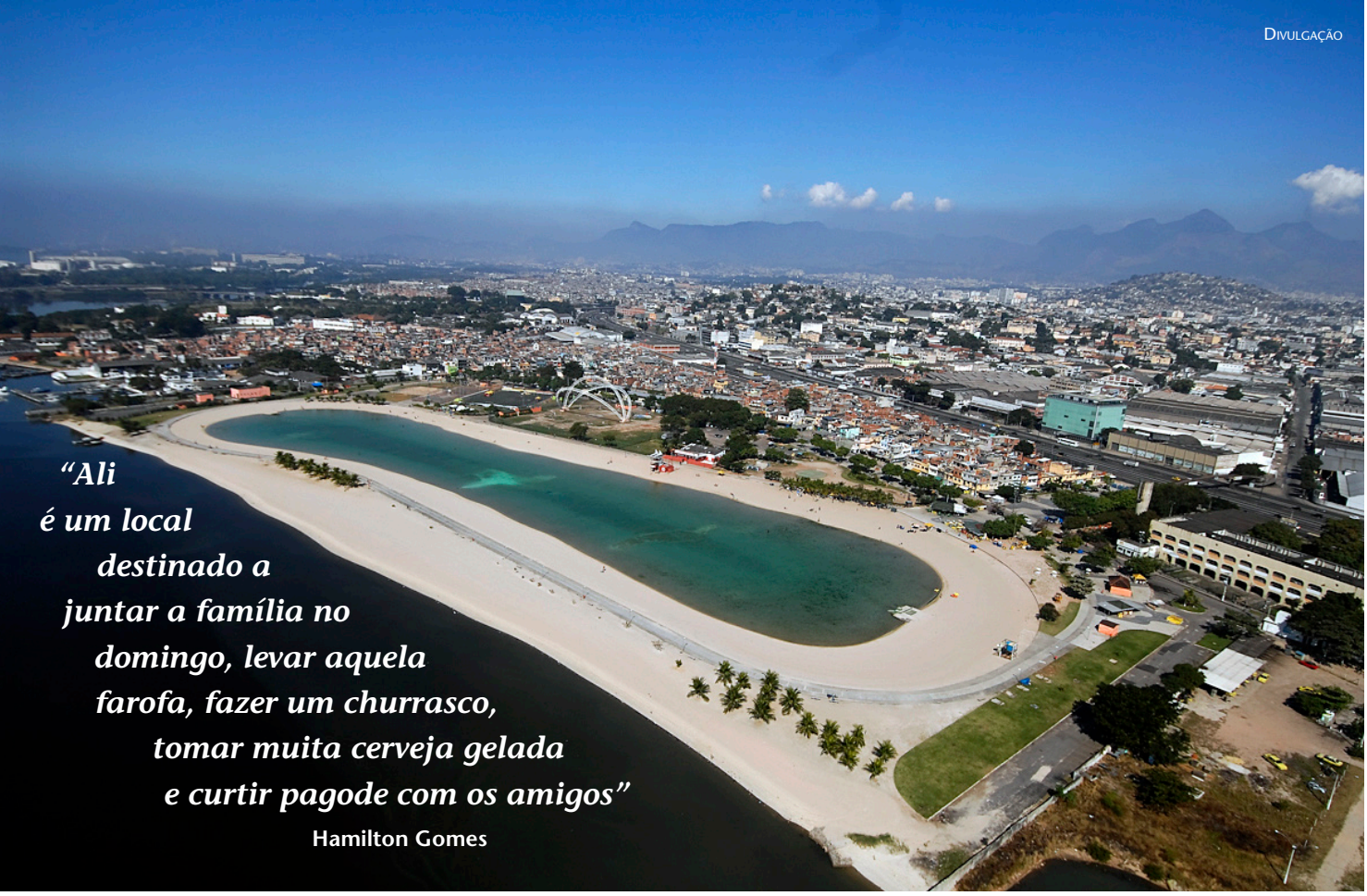
A Saara têm cerca de 1200 lojas com os mais variados produtos

O oásis de Ramos

Na novela *O Clone*, de 2001, com o bordão "Cada mergulho é um flash", a personagem da atriz Mara Manzan havia ajudado a transformar o recém-criado Parque Ambiental da Praia de Ramos num estrondoso sucesso, que duraria até o final da década.

No *réveillon* de 2005, por exemplo, a então estudante Amanda Ika Fernandes de 15 anos, moradora de Olaria, comemorava a passagem de ano ao som de sucessos de Elimar Santos. Ao vivo, ele cantou para 60 mil pessoas no Piscinão de Ramos. Naquele ano, Amanda era uma privilegiada, pois morava perto da sensação daquele verão. Hoje, a febre passou e, segundo os frequentadores, o Piscinão anda meio esquecido: "No meu modo de vista, aquele espaço deveria ser mais bem aproveitado. Para quê tem essa lona cultural enorme? Não tem show lá faz um tempão. Eu acho que deveria ter show lá todo final de semana", protesta Amanda, hoje universitária, com 21 anos, referindo-se à tenda montada no réveillon de 2005.

Criado em 2001 – pelo então governador Anthony Garotinho que se candidataria à Presidência da República no ano seguinte e almejava o apoio



Piscina de 26.000 m² é motivo de orgulho para a população de Ramos.

do eleitorado das classes populares –, o Parque Ambiental da Praia de Ramos é uma piscina de 26.000 m² construída para oferecer à população da zona norte água tratada e salgada da poluída Baía de Guanabara, que banha a região.

Lá, garantem os moradores, reina o pagode e o "doce balanço" da garota de Ipanema, de Vinícius de Moraes, não tem vez com a "nega toda prosa", de Dicró – cantada pelo irreverente sambista em *Praia de Ramos*, onde ele conta que alugara um caminhão para levar a família ao local, na Leopoldina.

Nas areias, os bombeiros salva-vidas são uma atração à parte. Para melhorar o condicionamento físico, o comandante do Destacamento dos Bombeiros da Praia de Ramos, o major Fernando dos Anjos, decidiu que seus comandados começariam a jogar futevôlei. Os jogos fizeram sucesso: "O pessoal vem para ver a gente jogar", conta o cabo Ibrahim, eleito, em um *site* de relacionamentos, como o melhor jogador do grupo.

Segundo o major dos Anjos, unindo o prazer de jogar um esporte com bola com a atividade fim de salvamento, de baixíssimo risco de lesão, os salva-vidas melhoram seu condicionamento físico com prazer: "Além do que, só precisam de quatro pessoas. Sempre tem jogo", explica dos Anjos.

O analista de sistema Hamilton Gomes, 33, cresceu em Ramos vendo a praia degradada. Com a obra de 2001, acompanhou o bairro sofrer uma transformação. O que antes era uma mal-cheirosa vergonha para Ramos passou a ser, para ele, a oitava maravilha do mundo: "Ali é um local destinado a juntar a família no domingo, levar aquela farofa, fazer um churrasco, tomar muita cerveja gelada e curtir pagode com os amigos", conta.

Entretanto, as limpas águas do piscinão foram sendo contaminadas com o tempo. Fechado duas vezes para reformas, o governo estadual e a prefeitura ainda não conseguiram resolver o problema. A presença de lixo e o índice de coliformes fecais são elevados.

A Rioáguas, atual gestora do local, informa que a água da Baía de Guanabara, que abastece o Piscinão, é tratada na Estação de Tratamento de Água próxima ao lago. A troca da água ocorre durante o processo, quando simultaneamente entra água tratada e a água suja é devolvida à baía, ocorrendo a renovação total no período de 10 dias. Enquanto

Divulgação

Vista aérea do Piscinão de Ramos

isso, seis pontos de lançamento de cloro são acionados no interior do lago.

O Piscinão, mesmo que já não reine mais como destino predileto de todo o subúrbio carioca, ainda é motivo de orgulho para a população de Ramos: "Aqui é o melhor *point* do verão. Cerveja geladinha, não tem arrastão e a diversão é o dia todo até à noite, com segurança total, muito pagode, forró e mulher bonita", defende Hamilton, morador do bairro. **POP!**

Sabor nordestino

Na Feira de São Cristóvão são inúmeras as atrações gastronômicas para experimentar, ingredientes e sabores típicos da região que, para um carioca ou um turista, podem ser completamente desconhecidos. Se oferecerem um sarapatel ou um xinxim de galinha, não se preocupe, são apenas alguns pratos tradicionais de Pernambuco e Bahia, respectivamente.

O sarapatel é feito com carnes de porco, cozidas e temperadas com folhas de hortelã e pimentas-de-cheiro, servido geralmente com arroz e farofa. O xinxim de galinha leva, além do frango desfiado e cozido, camarão, azeite de dendê, leite de coco e bastante pimenta, dando aquele toque especial da culinária baiana.

Na Feira, tudo é feito como no Nordeste, sem perder no sabor nem na alegria. Quase todos que trabalham lá são nordestinos, cozinheiros e até os garçons, que dão o clima quando te atendem com sotaque da terrinha. Nos restaurantes você pode fazer refeições completas e fartas, com os mais variados pratos típicos da região: baião de dois, pato no tucupi, carne de sol, acaçá, jabá com jerimum, bobó de camarão, bucho à moda baiana, filés de carne seca, carne de sol com macaxeira, vatapá e muito mais.

Outra opção é comer os petiscos nas barraquinhas: churrasquinho, acarajé, casquinha de siri ou tapiocas de vários sabores. Além das cocadas, bolos e doces feitos com aipim. Para sobremesa, você encontra sorvetes dos mais variados sabores como taperebá, manga, araçá, caju, pitanga, açaí, graviola, mangaba, jaca e até de tapioca.

Do barraco ao palácio: a entrada do funk na elite carioca

ESTILO musical nascido nas favelas do Rio, o **funk** *fincou de vez sua bandeira no território da classe média-alta da cidade, tornando-se mais uma manifestação artística popular consumida pela elite. Porém, essa elite que consome o* **funk** *é a mesma que evita o convívio direto com moradores de comunidades carentes. Como explicar essa aparente contradição?*

Bruna se diverte no Favela Chique, momentos depois de ter subido a pé a ladeira principal do morro Santa Marta

Débora Póvoa e Gustavo Rocha

O relógio marcava sete horas da noite de sábado, dia 3 de setembro de 2011. Na entrada do morro Santa Marta, em Botafogo, moradores viram uma jovem bem arrumada subir a pé a principal ladeira do morro. Dentro de poucos minutos, Bruna Scot, 20, estudante de Comunicação Social da PUC-Rio, se encontraria com amigos da faculdade na 25ª edição do *Favela Chique* – evento que, apesar do nome, estava sendo realizado pela primeira vez na quadra de uma comunidade carente.

A pouco mais de 200 metros do local, Bruna já conseguia ouvir a inconfundível batida do *funk*, estilo musical surgido de uma

releitura tupiniquim do *miami bass* – vertente da música eletrônica que decolou da Flórida, nos Estados Unidos, e pousou aqui na década de 1980. Ao escolher o Santa Marta como ponto de encontro e diversão daquela noite, a universitária protagonizou mais um caso de consumo de uma manifestação artística popular pelas elites.

De fato – e talvez de maneira já irreversível – o *funk* foi absorvido pela classe média-alta carioca, interessada no estilo o suficiente para se deslocar até comunidades carentes e curtir os famosos "bailes" realizados ali, mas, em geral, avessa ao convívio direto com aqueles que nelas moram.

Uma das pessoas atentas a esse fenômeno, em curso desde meados dos anos 1990, é Leonardo Pereira Mota, o MC Leonardo. Envolvido há mais de duas décadas com o *funk*, o autor de *Rap das armas* – música que estourou após fazer parte da trilha sonora do filme *Tropa de elite* – acredita que a arte é como a luz do sol: "basta haver um espaço que ela entra, sem pedir licença".

"Não há explicação para um livro do Jorge Amado [*Cacau*], sobre uma fazenda de cacau, chegar à Itália e fazer sucesso. Não há explicação para uma pessoa que nunca foi ao sertão gostar das músicas do Luiz Gonzaga. O *funk* também é cultura regional que se espalhou para outros lugares. Somos cultura viva", completou, enfático.

MC Leonardo é um dos fundadores e atual presidente da Associação dos Profissionais e Amigos do Funk (Apafunk). Ao afirmar que o gênero é "cultura viva", o músico corroborou a visão de outro grande nome do meio. Para Eduardo Silva, 38 anos, o DJ Duda – que se preparava para subir no palco dali a algumas horas, em uma boate de Porto Alegre – o estilo se consolidou após adquirir uma linguagem própria, mais "brasileira".

"Hoje, o *funk* faz sucesso no Brasil inteiro. Eu faço shows em todos os cantos do país", comemorou o descobridor de nomes como Bonde do Tigrão e Tati Quebra-Barraco, por isso considerado o melhor "garimpeiro" do gênero.

Parceira de MC Leonardo nas lutas pela regularização do *funk* junto ao poder público, a professora do Departamento de História da Universidade Federal Fluminense (UFF) Adriana Facina acredita que a aceitação do estilo pela classe média-alta é somente mais um capítulo de uma dinâmica cultural já antiga, marcada pela absorção das artes populares pela elite: "A vida das elites é feita de consumo, desespero e solidão. É muito solitária, vazia de experiências próprias. Por isso, os ricos acabam consumindo a criatividade que vem de outro lugar. E de onde ela vem? Dos pobres, que circulam e vivenciam mais a cidade" polemizou Facina, que ministra o curso de pós-graduação "O *funk* e o *hip hop* como expressão da diáspora africana".

Em tom mais ameno, o professor do departamento de Sociologia e Política da PUC-Rio, Eduardo Raposo, explicou que "não há um 'porteiro' instalado na fronteira entre as classes, exigindo um 'passaporte carimbado' para autorizar a entrada de uma arte produzida pelo outro lado".

Apesar da aprovação do projeto de lei 5.543/09, Mano Teko afirma que os funkeiros ainda temem a polícia

"Você vê gírias vindas do *funk* que penetram nas elites e se generalizam. Da mesma maneira, se você colocar a Orquestra Sinfônica na Quinta da Boa Vista, o povo fica magnetizado", disse. "Você não pode esperar que a arte acabe com a estratificação social, mas ela flexibiliza a fronteira entre as classes, junta pessoas de grupos diferentes, é capaz de aproximá-las".

Consumo a distância

Porém, a elite que consome o *funk* é a mesma que evita conviver diretamente com pessoas de comunidades carentes. Bruna Scot reconhece a força do estilo – e também a do *rap* – enquanto cultura, mas não sabe explicar por que se identifica com esses gêneros e com as temáticas por eles abordadas. A estudante disse não ter o costume de passar por

regiões pobres da cidade. "Já estive no Santa Marta, mas tive que ir por conta de um trabalho de faculdade". A estudante de Economia da UFRJ, Catherine Imia, também já frequentou os bailes, mas nunca em comunidades. Para ela, falta "coragem e companhia".

"Eu acho até um pouco contraditório da minha parte, mas isso acontece por causa da insegurança que sentiria nesses lugares" admitiu. "Mesmo com as UPPs [Unidades de Polícia Pacificadora], não me sentiria à vontade nas comunidades. Até porque não conheço ninguém de lá, não sei como é".

Para a professora Adriana Facina, o comportamento das duas universitárias reflete uma posição ambígua da classe média-alta em relação às camadas populares. Segundo ela, o medo é resultado de uma sociedade altamente desigual. No entanto, afirmou a professora, junto ao medo convive uma certa curiosidade de uma classe em relação à outra: "Esse universo das camadas pobres gera fascínio nas mais altas. Esses dois mundos se constroem paralelamente, são dois mundos estranhos entre si e, justamente por isso, um lado tem curiosidade em relação ao outro", explicou.

Esse interesse do jovem rico em relação ao universo dos pobres vai até certo ponto, segundo MC Leonardo. O músico disse que se sente mais à vontade quando se apresenta nas comunidades "porque, ali, as pessoas estão falando sua língua, estão entendendo aquilo que você está falando".

"As pessoas nos espaços elitizados não querem saber do que você diz, nem sentir a realidade da qual você está falando, como enchente no barraco, violência policial. Elas ouvem aquilo tudo como se fosse uma notícia do Jornal Nacional", disse.

A frieza na interação com o público elitizado – mais interessado em somente dançar, segundo o MC – não impede os *funkeiros* de continuar a se apresentar nesses lugares. Alexandre Ferreira Barcelos, o Mano Teko, 33, ressaltou o cachê mais alto como um dos fatores que torna atraente o convite do dono da boate. Para o músico, porém, mais importante que engordar a conta bancária é o *funk* estar ocupando todos os espaços, elitizados ou populares. O vice-presidente da Apafunk é adepto do "*funk* consciente" que, nas letras, aborda a realidade das favelas e questões existenciais, em vez de temáticas como o sexo e a criminalidade. Mano Teko disse aproveitar as boates como vitrines, se apresentando em escolas, "choppadas" de universidades, presídios e até academias de polícia.

"A gente tem que mostrar o verdadeiro movimento *funk*, diferente daquele que a mídia mostra", disse. "Dificilmente você vê na televisão um MC falando mal do governo. É sempre a 'mu-

> ***"Não existe a Cidade da Música, a Cidade do Samba, a Feira de São Cristóvão? Então, nós também queremos um espaço para o funk, porque ele merece"***
>
> **MC Leonardo**

Integrantes e simpatizantes da APAFUNK se reúnem na escadaria da ALERJ, para esperar a aprovação do projeto de lei 5.543/09

lher não sei o quê' que 'pousou assim', ou a 'briga no baile da comunidade tal'. Em 99% das vezes, o *funk* é ligado ou ao sexo ou ao crime. Para mudar isso, a gente sabe que tem que ocupar todos os espaços", afirmou.

Edição de número 12 do Favela Chique lotou o Vivo Rio

Funk e mídia

Os músicos e especialistas são uníssonos quando falam sobre a relação entre o *funk* e a mídia. Para eles, o que a televisão e os jornais mostram é apenas uma vertente do gênero: a que o associa diretamente à criminalidade.

"É uma relação contraditória e tensa. Ao mesmo tempo em que criminaliza o *funk*, a mídia também ganha bastante dinheiro ao publicar notícias que o envolvem" apontou a professora Adriana Facina.

Assim como os veículos de informação, a indústria do entretenimento também se mostra atenta ao estilo. Segundo Mateus Aragão, organizador da festa "Eu amo baile *funk*" – que tem o Circo Voador, na Lapa, como palco principal há sete anos – os produtores de emissoras de televisão fazem pesquisas detalhadas sobre as tendências musicais do momento.

"A Globo, por exemplo, sabe que terá milhões de espectadores se colocar o *funk* na programação ou na novela", disse. "O mercado é implacável. Calcula-se que dois milhões de pessoas vão a bailes no Rio de Janeiro por final de semana".

Mateus Aragão, no entanto, se refere à única vertente do gênero que a mídia aceita: o "*funk* do bem" que, em suas letras, não traz críticas sociais, como o "*funk* consciente", nem menções à sexualidade e à criminalidade, como o "*funk* do mal" ou "proibidão". De acordo com Adriana, a visão da favela que alguns *funkeiros* propagam não é a que convém aos meios de comunicação.

"É por isso que existe o "*funk* do bem" e o "*funk* do mal". O primeiro interessa aos meios porque mostra uma favela "domesticada", ideal. Já o segundo retrata o cotidiano real da comunidade, usando uma linguagem que incomoda por ser mais bruta, mais erotizada", afirmou.

Funk consciente

Ao contrário da mídia, a elite tem se mostrado mais aberta ao "*funk* consciente", segundo Mano Teko. O músico contou um caso que ilustra essa receptividade: após dar uma palestra em uma academia de polícia, Teko foi convidado a se apresentar em um casamento na sede do Clube de Regatas Vasco da Gama, na Lagoa.

"Nunca pensei em estar ali. Pude mostrar o '*funk* consciente', que gerou uma reação positiva nas pessoas. Elas diziam 'legal, pensei que fosse uma coisa, mas é outra'. Houve um diálogo que normalmente não se tem com esses grupos mais elitizados", disse.

Para os porta-vozes dessa vertente, o palco não é o único campo de batalha. Há dois anos, um grupo formado por integrantes e simpatizantes da Apafunk conseguiu, na Alerj (Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro), a aprovação do projeto de lei 5.543/09 que transformou o *funk* um "movimento cultural e musical de caráter popular" do estado – excluindo, apenas, as canções que façam apologia ao crime. Outra medida anulou uma determinação anterior, que proibia os bailes. Para MC Leonardo, as novas leis garantiram avanços, como a criação de um edital com 25 projetos culturais relativos ao *funk* no valor de R$ 25 mil cada um.

"A lei não é mudança, é um instrumento de mudança. Se você não a usar, não adianta nada", constatou sendo realista. "Não existe a Cidade da Música, a Cidade do Samba, a Feira de São Cristóvão? Então, nós também queremos um espaço para o *funk*, porque ele merece". **POP!**

Você não gosta de mim, mas sua filha gosta...

Ela não vai à favela, mas gosta de conhecer de longe as histórias de quem mora ali. Bruna Scot ouve, atenta, as histórias contadas pelas duas empregadas que trabalham em sua casa, ambas moradoras da Cidade de Deus.

"Elas falam, com muita naturalidade, sobre a violência e as meninas que começam a vida sexual muito cedo. Acho tudo isso muito esquisito, é uma realidade muito distante da minha. Mas eu peço para as minhas empregadas contarem as histórias de onde elas moram. É um tema que me chama atenção", disse dividida entre o sentimento de estranheza e o de curiosidade.

Essa posição ambígua em relação ao universo cultural das camadas mais pobres é compartilhada pelos frequentadores de festas como "Eu amo baile funk". Há sete anos, o evento é realizado em espaços elitizados do Rio de Janeiro. Os ingressos do último lote chegam a valer R$ 40 cada um – em ambientes mais sofisticados, como Vivo Rio e Jóquei Clube, a entrada atinge os R$ 200. Os preços, no entanto, não afugentam moradores de comunidades. Em uma das muitas edições da festa no Circo Voador, na Lapa, Catherine Imia logo percebeu que esse grupo se diferenciava do restante do público: "Os mais humildes tinham mais requebrado, mais jogo de cintura. Eles usavam roupas mais indecentes, mais provocantes", contou.

As universitárias também não passaram despercebidas. Assim que pôs o pé no Santa Marta, Bruna Scot notou que os moradores a observavam, "mas sem hostilidade". "Uma hora, todo mundo parou para olhar, rir, apontar. Ouvi alguns dizendo 'olha a patricinha subindo o morro!'. As pessoas te olhavam de um jeito esquisito. Sem maldade, mas achando engraçado, porque são realmente diferentes a juventude da zona sul e a da favela, no jeito de se vestir, de falar", disse.

Amanhã vai ser outro dia?

"Agora é lei: o **funk** *é o mais novo movimento cultural e musical de caráter popular do estado do Rio". Assim, o site da Alerj (Assembléia Legislativa do Rio de Janeiro) anunciou a lei de autoria dos deputados Marcelo Freixo (PSol) e Wagner Montes (PDT). Dentre as mudanças, a mais comemorada é o fato de o* **funk** *ser agora tratado pela Secretaria de Cultura, e não mais pela Secretaria de Segurança Pública.*

A conquista junto ao poder público pode ser um caminho para que certas histórias constrangedoras não mais aconteçam. Mano Teko que o diga. O MC contou que um amigo de uma comunidade de São Gonçalo juntou todos os documentos necessários para organizar um baile. Distribuiu panfletos pelo bairro inteiro, anunciando a data da festa. No dia marcado, momentos antes do início, um comandante da polícia o abordou e exigiu diversos documentos. Mesmo após ter apresentado toda a papelada exigida, o oficial revelou ao rapaz o real motivo de sua intervenção: "baile **funk** *não pode porque eu não quero".*

"E assim que as coisas acontecem. As pessoas têm medo de usar essa ferramenta legal que conquistamos, ainda mais porque, nesse caso, o policial era ex-capitão do Bope", disse Mano Teko. "Nós temos que ser respeitados por sermos agentes culturais. Há 30 anos, o funk atinge todo o mundo sem nenhum centavo do poder público".

MC Leonardo ressaltou a crescente presença do **funk** *nas comunidades. O músico diz ser do tempo em que a favela era associada somente ao samba, ao "cara com a caixinha de fósforo".*

"O **funk** *ainda não aconteceu, ele vai acontecer. Hoje, ele é a trilha sonora da favela" disse. "Nossa luta não é contra o preconceito. Quem tem preconceito tem que se tratar. Nossa luta é contra aqueles que lutam contra o* **funk** *".*

MC Leonardo se emociona no dia da aprovação do projeto de lei 5.543/09, na ALERJ

Em rapidinha com Meia Hora, mulher sobe e desce no elevador

Lara Werneck e Rodrigo Caruso

Às 7 da manhã, um ônibus superlotado que ia em direção à zona sul do Rio de Janeiro carregava alguns exemplares de dois jornais populares concorrentes. O cobrador, quando não distribuía trocos, prendia a atenção no tablóide. Um passageiro à frente, sentado próximo à janela, ignorava os solavancos para ler a manchete: "Só no tapa na cara. Mulher Maçã aumenta os seios levando bofetada".

A atenção despertada pela manchete não era apenas a do homem que segurava o jornal, mas os passageiros abarrotados nos arredores entortavam o pescoço a fim de descobrir o que tabefes no rosto têm a ver com aumento de seios.

A curta matéria falava de uma nova técnica oriental, o *body-splaning*. Nas páginas seguintes, o campeonato brasileiro e o destaque dos times do Rio de Janeiro. Logo à frente, o caderno *Gata da Hora* novamente despertou o interesse alheio.

A técnica desse jornal – hoje de grande circulação, sendo o terceiro jornal mais lido do estado do Rio de Janeiro e o sexto no país – está ligada ao espetáculo da informação e da notícia. Como em outros veículos de mídia chamados populares, os temas de violência, sexo e o bizarro, além de serviços locais e noticiário policial, são indispensáveis.

MEIA HORA DE NOTÍCIAS
PRÊMIOS DA HORA
HOJE TEM: MEIA HORA IMÓVEIS
R$ 0,70
www.meiahora.com
QUINTA-FEIRA, 8 DE JULHO DE 2010 • ANO 5 • Nº 1.735
QUEM É QUE NUNCA PRENDEU UM GOLEIRO?
BRUNO VAI EM CANA
GOLEIRO DO MENGÃO SE ENTREGOU ONTEM, ACUSADO DE MANDAR MATAR SUA EX-AMANTE. NA CASA ONDE ELA TERIA SIDO DESOVADA, POLÍCIA APREENDEU 9 CÃES ROTTWEILER
PÁGINAS 03 A 08
LEMBRA DISSO?
VÁGNER LOVE FOI A BAILE FUNK CHEIO DE BANDIDOS ARMADOS
POLÍCIA INVESTIGA RELAÇÃO DE ADRIANO COM TRAFICANTES
DIRIGENTE DO FLAMENGO FOI ACUSADO DE PEDOFILIA
E AÍ, BELTRAME, NÃO ROLA UMA UPP NA GÁVEA?

De acordo com dados do Marplan, empresa especializada em pesquisa de mídia no Brasil, os jornais populares são os que mais cresceram no Brasil nos últimos anos. Dentre eles, o Extra, do Rio de Janeiro, é o mais vendido

Para Creso Soares, confundir jornalismo popular com jornalismo sensacionalista é um erro

no país, contando com cerca de 3 milhões de leitores.

Segundo 10 bancas de jornal na Gávea, zona sul, e cinco na Tijuca, zona norte do Rio de Janeiro, o Meia Hora é o mais vendido. Os jornaleiros compram entre 15 e 30 exemplares diários e dizem que dificilmente o produto não é vendido. Já O Globo, líder dos impressos cariocas, não se dá bem com bancas. Segundo o jornaleiro Elias Antonio Teixeira, O Globo tem um público leitor fixo: "O Globo fica mais com os assinantes. As bancas nem pedem muito. É um jornal que quase sempre fica parado. Pelo menos um dos exemplares encalha e vira sempre prejuízo".

Diferente do Meia Hora, a média de pedidos de O Globo nas bancas é de 7 exemplares por dia. Para concorrer diretamente com o apelo popular as organizações Globo lançaram o Expresso, que segue a mesma linha editorial popular. Mesmo sendo considerados jornais recentes, ambos conquistaram leitores fiéis. A ascensorista Eliete Nascimento Morais é uma dessas leitoras convictas. Para ela, o tablóide não é sucesso apenas pelo preço baixo – R$ 0,70 –, mas o conteúdo agrada ao público-alvo do veículo: "Eu pago setenta centavos, o preço é baratinho, mas eu gosto do que vem nele. As reportagens têm bastante variedade, né? Tanto é que eu compro o jornal mesmo no domingo que é bem mais caro", contou Eliete.

Eliete trabalha de duas da tarde às oito horas da noite. Entre as paredes e os botões do elevador, o jornal a distrai. Ela costuma ir às bancas logo

Programa do Datena: vale tudo para aumentar a audiência?

de manhã quando sai de casa. Entre inúmeras subidas e descidas, a ascensorista apontava as notícias que mais enchiam os olhos: "Não gosto dessa parte que fala de mulher. Mas e a história da tal mulher ketchup? Ela jogou ketchup no corpo e fingiu que tinha morrido pra ganhar um dinheiro". O resumo das peripécias novelísticas e a coluna de Wagner Montes, deputado estadual (PDT-RJ) e apresentador do *Balanço Geral*, também entraram na lista de Eliete.

A professora Alessandra Cruz, do departamento de Comunicação Social da PUC-Rio, tem como objeto de estudo as mídias locais. Em suas pesquisas, já conversou com muitos leitores de jornais populares e ressaltou os motivos de sucesso com o público: "No caso dos jornais, alguns fatores aparecem de um modo mais forte: tempo, preço e linguagem. Nesses jornais, as notícias são mais curtas, podem ser lidas mais rapidamente, principalmente no ônibus, indo para o trabalho. Ler uma edição inteira do Globo ou da Folha de S. Paulo, por exemplo, leva muito mais tempo. Outra questão é o preço mais barato dessas publicações, que as tornam mais acessíveis. E no caso da linguagem o texto mais simples, curto e direto acaba sendo mais atrativo".

A notícia vira espetáculo

Assim como os jornais populares, o programa de Wagner Montes é criticado por ser sensacionalista. A abordagem espetacular de assuntos violentos, o exagero nos boletins policiais e a publicação de imagens para muitos impublicáveis são estratégias para cativar o público C, D e E, alvos dessas mídias. O jornalista Augusto Pereira, da TV Tagarela, a TV comunitária da Rocinha, não concorda com a abordagem escrachada de programas como o *Cidade Alerta*, da Rede Bandeirantes, por exemplo: "Eu não vou concordar com esse tipo de cobertura de espetáculo jamais. Porque dessa forma, não se passa informação corretamente. Apenas há a preocupação com o espetáculo. E quando a preocupação maior é com o *show* da notícia, a informação perde o sentido e serve apenas como entretenimento. A informação dada corretamente é para fazer o ser humano crescer", defende.

Para Augusto, o humor e o entretenimento podem fazer parte da reportagem, mas deve ser usado com bom senso para não comprometer a clareza e a credibilidade da informação: "O humor é próprio da cultura brasileira. Esse perfil de programa ou de jornal usa o jeito bem-humorado do nosso país, que gosta de rir e de se divertir para ter sucesso. Talvez essa seja a fórmula do sucesso deles. Só que eu acho que certos assuntos não podem ser tratados com humor. Aí vira espetáculo, vira meramente diversão".

Apesar disso, o editor e coordenador de programação da Rádio Globo, Creso Soares Junior, pondera que há uma diferença entre os conceitos de jornalismo popular e sensacionalismo: "É um tremendo erro confundir as duas coisas. Jornalismo popular é o jornalismo que tem prestação de serviço, é um jornalismo preocupado com questões populares. Ele vai ter uma pegada voltada para os interesses da maior parte da população, uma grande massa. É diferente de sensacionalismo. Às vezes o jornalismo popular resvala no sensacionalismo, mas é preocupante você unir as duas coisas".

Soares conta que muitas vezes o jornalista esbarra no dilema de como retratar um fato. Segundo ele, a decisão de um editor pode ser equivocada e levar a uma cobertura sensacionalista. Quando ocupava o cargo de chefe de reportagem da Rádio CBN, contou o episódio do menino João Hélio, que teve o corpo dilacerado após ser arrastado por bandidos em um carro: "Eu cheguei às 6 da manhã para a chefia de reportagem. O repórter da madrugada me disse que era pior imagem que já tinha visto na vida. Eu disse a ele que não era para descrever aquela imagem. Ele poderia falar do horror, da barbaridade, da indignação, mas não era necessário descrever essa cena terrível".

O outro lado é diferente. Para os repórteres que integram equipes de jornais populares, o sensacionalismo está por vezes presente em pautas e no es-

Fábio Barreto apresenta o comando da edição carioca do Brasil Urgente

A proximidade entre jornalistas e policiais é problemática para a isenção das matérias policiais

Professor Luiz Ferreira Leo alerta para a sutil diferença entre jornalismo e show

tilo da matéria. Lívia Mendonça, repórter da Rede Record do Rio de Janeiro, já passou por diversos impressos com esse perfil editorial e até hoje faz matérias para o programa *Balanço Geral*: "Sensacionalismo errado é a falsa reportagem, conduzir o olhar do público para uma ideia diferente da que aconteceu. O jornalista é um contador de histórias, mas lidamos com fatos da vida real. Todo cuidado é pouco. Por isso, procuro revisar cada situação. Explorar um choro, uma sonora sofrida, uma denúncia, pode dizer que é um ato sensacionalista, mas não é errado se utilizado na medida certa. Acredito que é possível tocar o telespectador, as autoridades que assistem, sem cair no exagero. Tento controlar para não explorar demais. Mas tudo sempre vai depender do veículo onde trabalho".

As críticas aos profissionais que alimentam a produção de conteúdo sensacionalista são comuns. O pesquisador Luiz Ferreira Leo, professor e especialista em Mídias da PUC-Rio, também considera o sensacionalismo nocivo para o entendimento da população: "Do ponto de vista social e humano, a espetacularização dos acontecimentos cotidianos é um desastre. Implica na 'desinformação' dos sujeitos, tendo em vista que, na maioria das vezes, o essencial dá lugar ao banal, ao apelativo e ao tendencioso. Deforma-se, com isso, o público receptor, que se torna de pouco em pouco mais passivo, desinteressado e conformado".

O professor não acredita em distinção entre a influência da mídia em camadas de baixa renda da sociedade. A desinformação poderia, inclusive, diminuir a penetração dos meios de comunicação: "A influência é crescente em todos os níveis sociais, independente da condição econômica. Há argumentos que sustentam, inclusive, que quanto mais acesso aos meios, maior a vulnerabilidade do sujeito. O cenário de crescente oferta de aparatos midiáticos no cotidiano das pessoas tende a agravar o caráter invasivo da presença dos meios na rotina das sociedades", afirma Luiz Léo.

O sensacionalismo na história da imprensa

Uma pesquisa de dois professores da UFF (Universidade Federal Fluminense) investigou a possível origem da titulada imprensa sensacionalista. Segundo Wilson Borges e Ana Lúcia S. Enne, o fascínio popular pela vertente editorial tem raiz no contexto da modernidade. Em sua tese, Borges retoma a imprensa do século XIX para traçar um paralelo entre o surgimento da notícia sensação: "A imprensa ilustrada no século XIX era o início de um retrato da própria massa urbana e da modernidade. Nesse contexto, o que chama a atenção como imagem do moderno na imprensa é a nostalgia e admiração do grotesco, feio e extremo".

Já no passado, outra característica dos jornais populares atuais estava presente: o apelo em forma de defesa do povo. Um espaço que ainda não existia para a massa pobre e trabalhadora. A crítica social também encorpava as páginas da mídia recém-nascida: "Com a linha editorial dessa imprensa, os jornais passaram a vender muito mais do que vendiam antes. Era o sensacionalismo e as imagens do grotesco que vendiam jornais e aumentavam a circulação para a sociedade", escreveu o pesquisador.

Com a feroz disputa por empregos nas redações, a realidade fica distante da academia e do ideal jornalístico. A jornalista Lívia Mendonça disse já ter mudado de opinião várias vezes ao longo da carreira e lembrou que foi criticada: "Alguns colegas de profissão são resistentes ao estilo da Record de fazer jornalismo. O mais engraçado, que eu também já compartilhei deste pensamento um dia. Na faculdade somos 'moldados' ao que é certo e errado e aprendemos a ser críticos demais. Não acho isso errado, é bom para um formador de opinião, só que quando encaramos o jornalismo na prática somos obrigados a lidar com barreiras, emoções, uma política interna, são tantos pontos que nos esquecemos da tão bela teoria", confessa a repórter. POP!

Raio-X

Para entender um pouco mais sobre os principais jornais e programas populares do Rio de Janeiro:

Meia Hora: *destinado às classes C e D, tem a proposta de ser um jornal de fácil compreensão e acesso, custando apenas R$ 0,70. Tem, em média, 40 páginas e foca em notícias locais e de linguagem popular, com editorias como Voz do Povo, Polícia, De tudo um pouco e Serviço. Ligado ao grupo O Dia, o Meia Hora foi inicialmente criado como uma opção mais barata e prática ao jornal Extra, mas logo criou seu próprio público. Além da versão on-line, sua tiragem média nos dias de semana é de 230 mil exemplares, o que o torna o terceiro jornal mais lido do estado do Rio e o sexto mais lido do país.*

Expresso: *ligado às Organizações Globo, que queria ampliar seu mercado de leitores, o Expresso seguiu o exemplo do Meia Hora, seu concorrente, e destinou-se às classes C e D com a proposta de atingir o trabalhador que gasta horas do seu dia em transportes públicos. Tem, em média, 32 páginas e não circula nos finais de semana. O jornal possui 6 editorias: Geral, que conta com cidade e política, Economia Popular, Empregos, Esporte e TV e Lazer. Os textos também são curtos e ágeis, com uma abordagem fácil e direta dos assuntos mais importantes do dia, o preço é acessível às classes a que se destina e não tem versão on-line.*

Balanço Geral: *apresentado pelo jornalista e deputado Wagner Montes, é um programa diário de forte apelo popular exibido na hora do almoço pela Rede Record, com notícias de caráter apelativo e violento. É famoso por se utilizar de anúncios, propagandas e apelo humorístico ao relatar os fatos mais pesados. O programa também tem versões para os estados de São Paulo, Minas Gerais, Espírito Santo e Bahia.*

Brasil Urgente: *originalmente apresentado para todo o Brasil por José Luiz Datena, o telejornal diário recentemente criou sua versão carioca do programa. Exibido pela Bandeirantes, sua edição local é apresentada no final da tarde pelo jornalista Fábio Barreto. Trata-se de um telejornal polêmico e puxado para o lado investigativo e policial, sem deixar seu viés popular de lado. É hoje um dos programas de maior audiência da casa.*

Relembrando

As manchetes mais famosas (e cômicas) do sensacionalismo:

- ***"Bebê Diabo"***- *publicada pelo Notícias Populares, jornal que circulou em São Paulo entre 15 de outubro de 1963 e 20 de janeiro de 2001 e era muito acusado de inventar notícias. A polêmica do bebê diabo começou quando uma criança nascida com deformações serviu como base para uma série de notícias inventadas envolvendo o recém-nascido e veiculadas pelo jornal.*
- ***"Virou purpurina"*** *– publicada pelo Meia Hora em março de 2009, quando o então deputado Clodovil morreu.*
- ***"Andréia, que time é teu?"*** *– publicada pelo jornal Meia Hora em 2008, sobre o envolvimento do jogador Ronaldo com três travestis em um motel no Rio de Janeiro.*
- ***"Nasceu negro, virou branco e vai virar cinza – descanse em paz Michael"*** *– publicada pelo Meia Hora em 2009, sobre a morte do ídolo pop Michael Jackson.*
- ***"Chupa, Nardoni"*** *– publicada pelo Meia Hora em 2010, sobre a condenação do casal Nardoni pelo assassinato da menina Isabela.*
- ***"Luana não tem mais Dado em casa"*** *– publicada pelo Meia Hora em 2008, sobre a separação do casal Luana Piovani e Dado Dolabella após uma agressão de Dado a uma camareira.*

Aperte o play

Cenas pitorescas que foram ao ar e que você não pode deixar de ver:

- ***30/04/2010: Travesti enfurecido agride homem no meio da rua***
http://www.youtube.com/watch?v=kmPOszDA_qI

Uma equipe de reportagem do programa Brasil Urgente flagrou o momento em que um transexual agredia um homem na Rua Augusta, uma das principais de São Paulo. No final da reportagem, o transexual, identificado como José Roberto dos Santos, ainda agrediu o câmera da Band em frente à delegacia onde os envolvidos foram levados.

- ***09/09/2011: Wagner Montes e o bandido chorão***
http://www.youtube.com/watch?v=MjnBtavIUYQ
O apresentador do programa Balanço Geral, Wagner Montes, ri, canta e debocha ao ver o suspeito chorar ao ser preso. O homem era um possível participante de uma das principais quadrilhas que atuava na comunidade Casa Branca.

- ***14/01/2010: Wagner Montes surta e quebra cenário ao vivo***
http://www.youtube.com/watch?v=tH9lmuSheM4
O jornalista arranca pedaços do cenário de seu programa enquanto comenta uma matéria em que o dono de uma creche foi acusado de assédio sexual.

O idioma prático e inconfundível das gírias

Aline Rangel e Vitor Vieira

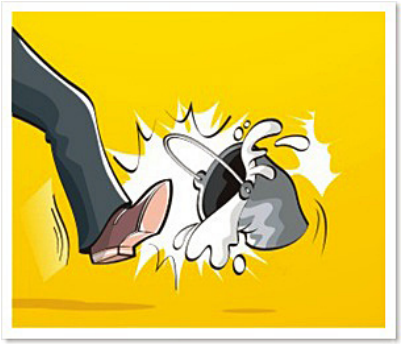
A comunicação oral é algo que marca grupos de pessoas. Todos eles – sociais e profissionais – têm uma característica inerente à forma de linguagem. Funkeiros, futebolistas, sambistas e policiais são alguns exemplos que utilizam gírias próprias que definem bem um conjunto. Muitas delas, com origens no popular, ultrapassam as barreiras sociais e passam a ser utilizadas pelas multidões, aderindo, em certos casos, até ao dicionário.

A gíria é um processo de comunicação rápido, fácil e que não se identifica pelo sentido literal. As palavras gato ou gata podem ser usadas, por exemplo, para enaltecer a beleza física de um homem ou de uma mulher. Pagar mico e dar o troco significam como gírias, respectivamente, passar vergonha e promover vingança. Entretanto, este tipo de linguagem popular não é nacional. Cada região do país tem um sub-idioma. O salgado feito de queijo com presunto chamado de joelho no Rio de Janeiro, por exemplo, é conhecido como italiano em Niterói.

"Cumprimento com gírias": duas pessoas se cumprimentam usando gírias

Bernardo Mariani, professor do departamento de Comunicação Social da PUC-Rio, lembra que as gírias também sofrem mudanças com o passar do tempo: a língua é um organismo vivo, que sofre influências das mais diversas. E a fala é a mais importante destas. A escrita é uma tentativa de apropriação do idioma que se fala para um meio que seja inteligível por todos. Assim, a língua se renova e as gerações que se sucedem têm um importante papel nisso.

Mariani afirma que as gírias são capazes de marcar a idade dos indivíduos e que a língua escrita acompanha a oral. Além disso, segundo ele, esse fenômeno linguístico é impossível de ser interrompido: "Existe o jargão etário: você define a sua idade pelas gírias que utiliza. Hoje, as gírias são diferentes das que eram usadas nos anos 1980, por



Algumas expressões podem machucar o seu pé se forem entendidas no sentido literal. Chutar o balde pode significar desistir.

Garoto engolindo um sapo. Ele não revida ofensas ou provocações

Os mágicos tiram cartas da manga facilmente. Agora, tirar uma carta da manga também pode significar "ter uma solução emergencial"

exemplo, mas o papel delas é o mesmo. Tentar combater o fenômeno das gírias é uma total perda de tempo".

Quem diria que "sinistro" seria usado para significar "incrível ao invés de macabro? Ou então que fala, bicho! se transformaria em e aí, cara!? Segundo o professor da PUC-Rio, as gírias são transitórias, mas o fenômeno é permanente. O grupo Mamonas Assassinas, por exemplo, fez grande sucesso na década de 1990. As músicas repletas de humor e regionalismos criavam uma identidade que ligavam o público aos artistas.

Embora alguns considerassem as gírias um retrocesso, Claudete Daflon, professora de Literatura do Colégio Militar do Rio, acha que o prejuízo para a língua só acontece quando existe uma falta de leitura que leva à limitação do vocabulário expressivo. Segundo ela, o português só tem a ganhar com a "coloquialidade".

A gíria é parte da língua, é enriquecedora na medida em que representa a expressão de traços culturais, expressões de comportamento, formas de lidar com a realidade social, com o mundo de um modo geral", argumenta Claudete.

Para ela, o uso das gírias marca um grupo na sociedade e contribui para a comunicação em geral: "Se eu tenho um grupo social que cria formas de comunicação, que cria vocabulários ou que passa a utilizar palavras já existentes com significados distintos dos originais, eu entendo que isso seja uma contribuição para a comunicação desse grupo. Ao mesmo tempo é uma forma de marcar uma identidade, um pertencimento, estabelecer uma marca cultural para essa parte da população."

A comunicação oral predominante no popular sempre será aquela que atrai a atenção dos que se expressam e tem o poder de uni-los entre si, de forma a criar uma identificação social.

No entanto, o paradoxo da Modernidade está, justamente, no fato da linguagem popular também estar presente em classes sociais elitizadas e letradas. No Brasil, isso está refletido na mudança de posições sociais. Um exemplo é o jovem que teve poucas oportunidades de acesso à educação e que, quando adulto, começa a correr atrás dos objetivos e a despontar na universidade e no mercado de trabalho, a fim de superar as barreiras negativas que o passado lhe impôs. Outro caso é o jovem de classe média. Este tem um interesse muito menor em crescer pelo próprio esforço, pois já nasceu com os recursos que lhe foram herdados e, na maioria das vezes, pensa mais em se divertir e chamar a atenção dos que estão em volta se estiver envolvido com grupos que defendam alguma bandeira, como metaleiros, sambistas ou *playboys*. Resultado: o primeiro quer ser culto, e o segundo quer ser reconhecido pelas pessoas através da forma de falar e se vestir.

O estudo sobre o uso das gírias e suas origens vai muito além do reducionismo a que os estudiosos das Letras costumam julgar. Pode-se dizer que a gíria é um importante item dos vários que compõem o popular, já que transpassa as barreiras sociais de reconhecimento e identificação. Além disso, é uma maneira informal de manifestação do pensamento e da opinião do público falante.

A gíria no humor

O ator e humorista Marco Luque criou o personagem "Ja-

Irado não é mais nervoso ou irritado. Se tornou "legal", "atraente"

As gírias estão cada vez mais presentes no mundo dos jovens

Fazer tempestade em copo d'água significa exagerar

cksonfive", um *motoboy* que se define como "filósofo urbano", contando as aventuras do dia a dia, mas que fala de forma "confusa" repleta de gírias. Ele defende esse tipo de trabalhador e humaniza a figura que representa. Para isso, é imprescindível o uso hiperbólico das gírias. Elas estereotipam personagens ou atores sociais, o que não significa que sejam politicamente corretas. As gírias e até os palavrões podem ser considerados politicamente incorretos por alguns, porém muitos se utilizam deles para falar o que precisa ser dito.

Marco Luque arranca elogios do público por onde passa em *stand-up comedies* e nas transmissões FM do grupo Jovem Pan. A maneira como atua agrada, em geral, à categoria dos *motoboys*, que se sentem bem representados por Luque encarnando a profissão.

Gíria cantada

No caso da música, as gírias também marcam um estilo, como no *hip hop* e no *rap*. O *hip hop* emergiu em meados de 1970 nos subúrbios negros e latinos de Nova York. Nestes guetos, enfrentavam diversos problemas como pobreza, violência, racismo, tráfico de drogas e carência de infraestrutura e educação. No Brasil, o *hip hop* surgiu com força em São Paulo nos anos 1980, e despontou com o grupo Racionais MC's. A interpretação e a linguagem deste estilo musical não podem ser entendidas só como um conjunto de dança, música, poesia e artes plásticas, mas como uma performance inserida num contexto repleto de deficiências educacionais e de exclusão social.

O *rap* é fidedigno à improvisação poética sobre instrumentalização e sons rápidos. É um estilo musical – criado nos anos 1970, nos Estados Unidos – em que a letra é mais importante do que a linha melódica ou a parte harmônica. Ambos os ritmos fazem duras críticas ao sistema social por meio da linguagem expressa nas músicas.

A gíria no jornal

Uma mesma pessoa pode escolher uma forma de linguagem mais conservadora numa situação formal ou um linguajar mais informal, em situação mais descontraída. Com a família e com os amigos, normalmente as palavras são mais coloquiais. Contudo, em uma entrevista de emprego, a linguagem usada é mais formal. Tais diferenças dependem, portanto, de alguns fatores, como: a familiaridade ou distância dos que participam do ato de linguagem e o grau de formalidade da ocasião (conferências, reuniões no trabalho, etc.).

Para que a mensagem chegue a qualquer tipo de público, os veículos de comunicação também devem se preocupar com a utilização das gírias. O professor da PUC-Rio Célio Campos adverte que a utilização desse recurso pode atrapalhar a informação: "Ao mesmo tempo em que você pode facilitar o entendimento de todos, há o risco de banalizar o processo comunicacional. Além disso, há gírias bem específicas, ou seja, alguns grupos entendem e outros, não. A mensagem, com isso, ficaria segmentada", afirma.

Segundo o especialista, a prática cresceu ainda mais com o advento das mídias digitais: "A internet utiliza muito esse recurso. Quem usa o Twitter, por exemplo, escreve cheio de gírias. Inclusive jornalistas as usam muito. Eu acho absurdo escrever 'blz' para se referir a 'beleza' ou 'vc' para você", avisa Célio

Campos, que também é editor do Portal da PUC-Rio.

O professor ressalta, porém, que é preciso bom senso para o uso das gírias nos meios de comunicação. Aquelas que são muito utilizadas por todos os falantes estão liberadas: "Algumas gírias já estão incorporadas na nossa linguagem. Por exemplo, falamos que o Chico Buarque roubou a cena no Canecão. O 'roubar a cena' significa que ele se destacou no show. O uso de gírias deste tipo, que todos entendam, eu aceito, pois realmente facilita a comunicação e todos conhecem".

Já Carlos Alves, jornalista e professor da PUC-Rio, pensa ser necessário saber dosar as gírias e usá-las nos momentos certos: "O uso das gírias depende também do veículo onde se transmitirá a mensagem. Em um programa sobre surf, cabe usar gírias somente do surf e não usar gírias sobre skate, por exemplo. Assim, a comunicação é facilitada e as gírias são destinadas ao público correto. Também defendo o uso de gírias que todos podem entender, como 'navegar pela internet'. Esse tipo de gíria já se introduziu na nossa linguagem, no nosso padrão geral de comunicação".

Gíria não é jargão

No Brasil, a existência e o constante uso de gírias podem ser explicados pelas condições educacionais do país. Normalmente, uma pessoa que teve acesso a um ensino adequado usa poucas gírias. Já as pessoas com menor escolaridade usam esse artifício para se comunicar. Outro motivo que deu origem às gírias foi o desejo de grupos marginalizados de se manifestar e se comunicar entre si sem ser entendidos por outras pessoas. Hoje, entende-se a gíria como uma linguagem específica de determinados grupos, como os jovens. Grupos sociais distintos têm os próprios modos de falar, como é o caso dos mais letrados e, até mesmo, os grupos profissionais que se expressam por meio das linguagens técnicas de suas profissões.

Há quem confunda, no entanto, gíria com jargão. O jargão é o modo de falar específico de um grupo, geralmente ligado à profissão. Existe, por exemplo, o jargão dos médicos, o jargão dos especialistas em informática e o jargão dos jornalistas. São palavras mais específicas, não usadas corriqueiramente.

Quem vai a um hospital e ouve um médico conversando com outro, pode estranhar ao ouvir um deles dizendo: "Em relação à dona Fabiana, o prognóstico é favorável no caso de pronta-suspensão do remédio".

Geralmente leva-se algum tempo até entender o que o médico falou. Isso porque ele utilizou um jargão de medicina. Portanto, quem não está acostumado a escutar tais expressões, pode não decifrar o conteúdo do diálogo. Com a paciente, o médico deveria falar de uma maneira mais simples: "Bem, dona Fabiana, a senhora pode parar de tomar o remédio, sem problemas". **POP!**

O idioma futebolês

Não é só a competição que tornou o futebol uma paixão nacional. A arte que tem o dom de driblar e golear os adversários apresenta o "futebolês", que é a linguagem própria do esporte. As gírias futebolísticas dão um charme especial ao espetáculo e facilitam a comunicação entre os amantes do certame. Abaixo vão algumas gírias conhecidas do mundo da bola.

***Banheira** – atleta em posição de impedimento*
***Bicicleta** – jogador em posição horizontal que chuta uma bola e com os pés suspensos, de costas para o chão*
***Pé torto** – designação dada ao atleta que chuta e toca sempre errado*
***Geraldino** – torcedores que frequentavam as gerais dos estádios brasileiros*
***Frango** – goleiro que não defende uma bola defensável e toma o gol*
***Dar o sangue** – quando o jogador se esforça em demasia durante a partida*
***Carrinho** – o atleta se joga no chão com os pés juntos para tirar a bola do adversário*
***Bicão** – o jogador isola a bola do campo de jogo*
***Canhão ou canudo** – chute com muita força para o gol adversário*
***Vendido** – jogador que se deixa subornar*
***Mala preta** – gratificação sugerida por um clube interessado na vitória de um dos times que vão jogar. O clube oferece dinheiro aos jogadores de outra equipe para um esforço maior*
***Mão de quiabo** – goleiro que nunca segura a bola de forma segura*
***Chinelinho** – jogador que se lesiona muito e não joga com frequência*

Para matar a saudade

Prazo de validade: é o que parecem ter algumas gírias. Geralmente, pessoas mais idosas sempre falam algum tipo de expressão que não se usa mais hoje em dia. Quem nunca ouviu a palavra "supimpa", por exemplo? Confira na lista abaixo outros exemplos de gírias que se perderam na linha do tempo e que raramente são ouvidas.

***Chuchu Beleza** – ótimo, muito bom*
***Cambada** – multidão*
***Xispa** – sair*
***Toró** – chuva forte*
***Tutu** – dinheiro*
***Fichinha** – algo que é fácil de ser feito*
***Lero-lero** – conversa sem um objetivo definido, para "enrolar" o outro*
***Tirar as barbas de molho** – voltar à ativa depois de muito tempo*
***Mundaréu** – muita quantidade*
***Broto** – pessoa bonita*
***Dedéu** – é utilizado para intensificar uma qualidade*
***Chorumelas** – choro desnecessário*
***Patota** – turma de amigos*
***Fim da picada** – algo inconcebível*
***Fedelho** – criança*

Aprenda a falar com um adolescente

É comum ver adultos falarem que os jovens têm uma linguagem, no mínimo, diferente. E, claro, as gírias são os principais componentes desta comunicação juvenil. Seja na forma escrita ou oral – principalmente. A juventude usa e abusa de palavras pouco convencionais no idioma culto. Confira algumas na lista abaixo:

***Babado** – novidade ou confusão*
***Dar um tapa** – se arrumar*
***Mina** – menina*
***Show** – algo bom demais.*
***Look** – visual*
***Abalar** – estar bonito/a*
***Balada** – festa (geralmente à noite)*
***Zoar** – promover algum tipo de bagunça ou brincar com alguém*
***Treta** – briga*
***Bolado** – irritado, chateado*
***Rato** – esperto, malandro*
***Cair na pilha** – acreditar em alguma mentira*
***Tá ligado** – entender alguma coisa*
***Mocreia** – mulher feia*

Todo em um só

Para saber se adequar a diferentes situações de comunicação, com variações linguísticas próprias de cada ocasião, é necessário ser um "poliglota na própria língua". As gírias já fazem parte do vocabulário social. Mas raramente quem as usa se dá conta para que servem ou como elas afetam o idioma.

E aí, você foi pro cinema ontem?"

Pô, **brother**, fui. **Tipo**, eu nem ia. Tive que **vazar** do jantar lá em casa. Mas **geral partiu**, **né**?! Filme **sinistro**, **cara**, muito **irado**...

No pequeno diálogo retratado, 10 gírias foram usadas. O vocabulário já é tão comum no dia a dia dos jovens, por exemplo, que adjetivos e verbos com sentidos diferentes do original, abreviações e estrangeirismos passam despercebidos.

Mas que elas existem, existem

HÁ QUEM ache bobagem, no entanto as superstições são parte inerente do homem e, ao contrário do que se pensa, não são frutos de falta de informação

Taíse Moreira e Fabiano Oliveira

Quem nunca viu uma pessoa sair de casa para assistir a uma partida de futebol vestindo a famosa "camisa da sorte", que muitas vezes nem é lavada e se não for usada faz com que o time perca? Ou, então, quem não passe de jeito nenhum debaixo de uma escada com medo de que isso estrague o seu dia? São comportamentos praticados por todos, mas, parando para pensar, são bem peculiares. As conhecidas superstições são práticas realizadas para trazer sorte ou evitar o azar e fazem parte do ser humano, nem que seja só um pouco.

Segundo a psicóloga francesa e professora Monique Augras, todas as pessoas são supersticiosas, mesmo fazendo apenas uma ação mínima no dia. Nesse cenário, o Brasil não é um país com mais superstição do que outros: "Também tem muito dessas representações, por ser um povo tropical e colonial. Isso vem como herança do índio e do negro, que são primitivos, e do português que não é grande coisa".

Falta de informação?

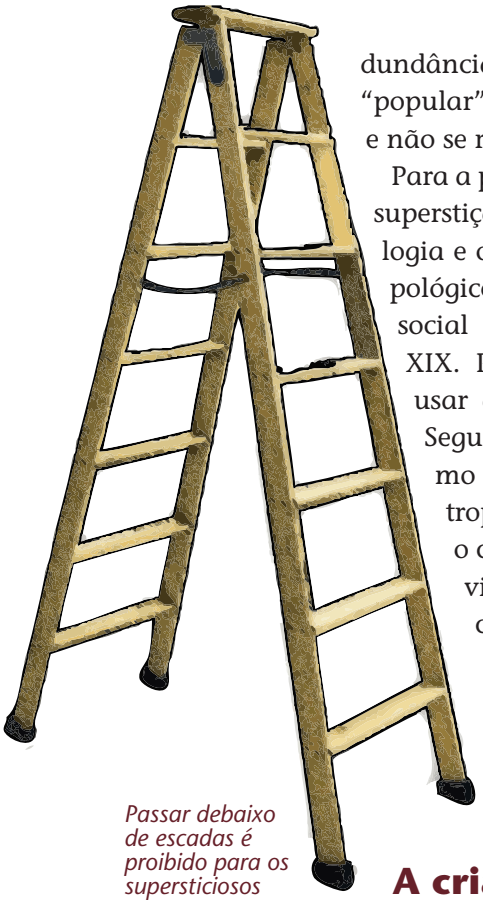
Pesquisas na Inglaterra indicam que o nível de desenvolvimento não abala o pensamento mágico. Os ingleses, por exemplo, um dos maiores IDHs do mundo, são bastante supersticiosos, de acordo com uma pesquisa da Universidade de Hertfordshire. Segundo o estudo, que ouviu mais de duas mil pessoas, a maioria mostrou ter algum tipo de ação para dar sorte ou evitar ter azar. A mais comum é bater na madeira, mas algumas pessoas afirmaram não abrir guarda-chuvas em locais fechados, nem colocar sapatos novos sobre a mesa.

Personalidades também têm seus momentos de superstição. O ex-candidato à presidência dos Estados Unidos John McCain, por exemplo, sempre andava com sua caneta da sorte durante a campanha presidencial e carregava 31 centavos (13 ao contrário) no bolso, segundo o jornal *on-line* Psychological Science, McCain até renomeou o andar onde ficava o escritório de campanha, que era o número 13. Agora é o andar M.

A especialista Monique Augras confirma que superstição não tem nenhuma relação com falta de informação: "Todo mundo tem seus rituais, todo mundo tem seus medos, seus desejos. Não tem nada a ver com a objetividade do conhecimento".

Um exemplo disso é o do cientista dinamarquês Niels Bohr. O ganhador do Prêmio Nobel de física tinha uma ferradura pregada acima da porta de sua casa. Por isso, a psicóloga afirma que a expressão "superstição popular" é uma re-

Figa para atrair boas energias



Passar debaixo de escadas é proibido para os supersticiosos

dundância, já que nesse caso "popular" significa "de todos" e não se refere à pobreza.

Para a professora, a palavra superstição reflete uma ideologia e o pensamento antropológico do evolucionismo social do início do Século XIX. Por isso, ela prefere usar a palavra "magia". Segundo o evolucionismo social, teoria da antropologia que defende o conceito de desenvolvimento entre as sociedades, as práticas mágicas são características de civilizações primitivas e, portanto, mais atrasadas.

A criação de modelos explicativos

O processo de cognição tentou explicar a superstição, que antes era vista apenas como magia. Um dos modelos criados no início do século XX foi o do behaviorismo. Um famoso precursor dos primeiros trabalhos behavioristas, ou comportamentais, foi Ivan Pavlov e sua teoria de condicionamento reflexo analisada a partir de experiências com cães.

Em 1948, o psicólogo norte-americano Burrhus Frederic Skinner afirmava que a superstição é algo muito comum não só entre os humanos. Ele disse que, se um pombo for posto numa caixa onde tenha comida em intervalos regulares, o animal vai ter algum tipo de comportamento repetitivo, seja rodar em círculos, ou balançar a cabeça de maneira rítmica. Para Skinner, o comportamento é supersticioso, pois o animal faz uma associação entre a ação e a consequência. Esse modo de agir é similar ao dos jogadores de futebol antes de uma partida, ou de um candidato antes da eleição. Eles fazem qualquer coisa que possa garantir um resultado positivo.

O behaviorismo acredita na aprendizagem por associação e a superstição se encaixa perfeitamente nesta teoria, pois justamente tenta associar uma causa a uma consequência. Na realidade, não há provas empíricas dessa relação, mas, segundo a psicóloga Zena Eisenberg, o cérebro procura essa associação positiva: "A força da superstição vem daí porque nossa memória trabalha para a auto satisfação, então vou sempre lembrar os resultados positivos e só dar valor a isso. Quando o resultado é negativo a pessoa tenta achar outra explicação para ele. É a ideia do 'vai que dá certo'. Fico sempre na esperança do reforço e por isso pessoas se apegam às práticas supersticiosas".

Esse apego mostra, como explica o psicólogo americano Stuart A. Vyse, que existe certa qualidade de aposta no comportamento supersticioso, em que as pessoas preferem a possibilidade de ganhar algo à certeza de perder. O pensamento poderia ser explicado pela famosa aposta do filósofo e matemático francês Blaise Pascal: "Mesmo que você não acredite na existência de Deus ou céu ou inferno, você se sai melhor se comportando como se eles existissem, pois você se arrisca a perder em um caso mais do que você se arrisca a se beneficiar no outro". Ou como aquele ditado: "Não acredito em bruxas, mas que elas existem, existem".

Outra teoria existente que ajuda a explicar as superstições é a teoria dos modelos mentais descrita pelo psicólogo americano Philip Johnson-Laird. A explicação é que o ser humano cria modelos mentais do mundo através de experiência, conhecimento e cultura. O modelo serve então como base para comportamentos futuros, mas não é completamente fiel à realidade. Assim, eles ajudam a explicar e entender situações do mundo e se relacionam com a superstição na medida em que utilizam relações de causa e efeito para chegar a conclusões muitas vezes equivocadas.

Por que acreditar?

Para dizer o que leva uma pessoa a ser supersticiosa, Monique faz uma referência ao pai da psicanálise, Sigmund Freud: "A grande percepção de Freud foi relacionar que aquilo que a gente quer e aquilo que a gente teme é a mesma coisa".

Ela reconhece que isso não parece ter sentido e

afirma que o ser humano é irracional, ao contrário do que pensa o senso comum: "Quantas vezes a gente faz um negócio que racionalmente a gente sabe que está fazendo uma besteira, mas faz?", questiona Monique.

Ela usa o exemplo da passar embaixo de uma escada para explicar esse comportamento mágico. De um lado, existe o pensamento racional. "Claro, se tem uma obra lá em cima pode cair, na melhor das hipóteses, uma tinta em você", constata. Mas há a percepção inconsciente de que a escada é como se fosse uma porta: "Toda passagem é algo muito perigoso, porque você não sabe o que vai ter do outro lado."

O início da arte, que se deu com as figuras rupestres – as mais antigas datando de 40 mil a.C. –, já mostra o caráter supersticioso e mágico dos antepassados do ser humano. No geral, são representações de desejos, como caçar um animal. Esses desenhos mostram a vontade que o humano sempre teve de controlar o incontrolável, através de ações mágicas.

"É uma maneira de controlar, de manipular o mundo. Você não tem controle sobre você, nem sobre nada, mas é como se tivesse", afirma Monique.

Tudo se aprende

A professora Monique Augras lembra que, por ser um comportamento aprendido e passado de geração em geração, as pessoas tendem a naturalizar algumas práticas e esquecem seus objetivos iniciais. Para o estudante espanhol Juan Trastoy, a maioria das celebrações são superstições que as pessoas esqueceram que eram. Ele usa o exemplo das celebrações do dia 24 de junho na Galícia, região da Espanha: "Nós pulamos fogueiras à noite e, na manhã seguinte, lavamos o rosto com água que passou a madrugada em ervas. Na teoria, isso é feito para espantar bruxas, mas hoje as pessoas fazem apenas para seguir a tradição".

Até a maneira de dar à luz, que parece algo sempre natural, é construída pela sociedade. Seja na escolha do local do parto ou até em que posição a futura mãe vai ter seu filho: "Nada do nosso biológico existe puramente, é sempre interpretado pela sociedade", atenta Monique.

Por envolver incertezas, a gravidez gera inúmeras crenças em diferentes povos. Os filipinos acreditam que o parto é doloroso porque existe um espírito maligno por perto. No Brasil, há algumas superstições para tentar descobrir qual será o sexo do bebê: se o ventre for pontudo e saliente, será um menino. Mas se for arredondado e crescer para os lados é sinal de que vem uma menina.

"Não sei explicar porque, não é algo racional. Acho que cresci ouvindo isso e habituei"

Patrícia Carvalho

Fé na superstição

Pelo menos no início, religião e magia andaram juntas. De acordo com Stuart A. Vyse em seu livro *Believing in Magic: The psychology of superstition*, sem tradução para o português, o xamã é, ao mesmo tempo, líder espiritual e a pessoa que traz a chuva. O livro cita a *Bíblia* ao contar a história do profeta Aarão, que transformou seu cajado em uma serpente.

Para a professora, a superstição está na maneira que os brasileiros se relacionam com os santos. O ato de puramente pedir uma coisa e fazer outra em troca para o santo não constituiria uma relação de fé. Ela lembra uma entrevista que o jogador de futebol Gonçalves deu antes de uma partida. O zagueiro disse que tinha fé em uma medalha, presente de sua mãe, mesmo sem saber qual era o santo que estava nela: "Isso não é fé, é superstição, é pensamento mágico", afirma.

O torcedor de futebol brasileiro, na opinião de Monique, tem o comportamento supersticioso mais "estapafúrdio": "É o cara que a cada jogo do Brasil vai com a mesma camisa, sentar no mesmo bar, com os mesmos amigos, na mesma cadeira e que se não fizer isso o Brasil vai perder".

O pensamento racional

Muitas definições de superstição já foram elaboradas. Entre elas, uma de 1956 em que o psi-

Gato preto desperta o medo do azar em gerações de supersticiosos

Trevo de quatro folhas é tradicionalmente sinônimo de boa sorte.

quiatra Judd Marmor diz que "superstições são crenças ou práticas infundadas em si mesmas e inconsistentes com o grau de iluminação (racionalidade) atingido pela comunidade a qual se pertence." Segundo a psicóloga Zena, uma maneira mais simples de explicar a superstição é como a crença de que algo que você faça vai ter efeito desejado: "Nós, como seres humanos racionais, procuramos explicação para tudo e quando não achamos, inventamos uma. Precisamos achar causalidade nas coisas. Buscamos respostas nas coisas mais malucas porque queremos acreditar que temos controle sobre aquilo de alguma forma", conta.

Existem, no entanto, duas classificações importantes de superstição: as que são cultural, hereditariamente aprendidas, e as pessoais. O primeiro caso conta com todas aquelas ideias populares bem conhecidas de azar e sorte relacionados a certos elementos. "Eu acredito em várias superstições, a do espelho, da escada, do chinelo virado, mas não sei explicar porque, não é algo racional. Acho que cresci ouvindo isso e habituei", diz a estudante de Direito da PUC-Rio Patrícia Carvalho. Já o segundo tipo é algo que criamos para nós mesmos segundo a observação e a tentativa de relacionar causas e efeitos.

No entanto, o ser humano tem a capacidade de racionalizar e agir de outra maneira. É o que mostra o estudo de dois pesquisadores, Keith Stanovich e Richard West. Há um processo intuitivo de resposta e associação de eventos que tende às superstições. Além deste, há outro, mais devagar, utilizando a razão em que analisamos criticamente os fatos e as consequências, conseguindo dissociar os acontecimentos da "magia".

"Existe um movimento da humanidade em direção ao racionalismo, pois quanto mais a gente estuda, supostamente, menos a gente acredita. Isso porque vemos que as causas têm consequências quando tem e não quando achamos que deveriam ter ou quando paramos para prestar atenção. As pessoas mais educadas e cientes de que superstição é uma crença e não um fato, conseguem lutar contra ela. Porém esse é um tipo de educação específica, da pessoa voltada para a ciência e para o método científico", explica Zena.

O estudante de doutorado em física, Juan Trastoy, pensa que mesmo assim essa refutação não é automática: "Eu, particularmente, não acredito em superstições, pois sou uma pessoa prática e lógica. Mesmo que às vezes eu sinta o impulso de pensar 'e se' ou 'por via das dúvidas ' eu tento evitar isso".

O lado negativo e positivo da crença

As superstições também podem ter caráter negativo. Quando passam de comportamento de pouca consequência para algo que tome conta da vida dessa pessoa, limitando ou condicionando seu comportamento de forma extrema vira um problema. Segundo Monique Augras, a relação acontece inversamente: a pessoa já doente (neurose obsessiva compulsiva) desenvolve mecanismos e rituais para se defender, agindo patologicamente daquela mesma maneira.

Para ela, o normal do homem seria a liberdade de agir e responder a estímulos de diversas maneiras diferentes: "Eu não conheço ninguém hoje que tenha uma superstição que o impeça de fazer algo. A ideia que existe de que a superstição é um comportamento patológico, que devemos à Freud – neurose sendo superstição –, é muito reducionista, é um empobrecimento. Claro que você pode ter reações patológicas, esse é o normal, mas apenas uma vez. Se a pessoa tem esse comportamento repetitivo obrigatório que limita sua liberdade de ação, tudo bem, mas aí não é o conteúdo da superstição, é o uso que você faz dela".

Por outro lado, um estudo feito por três pesquisadores alemães publicado no jornal *on-line Psychological Science* mostra como, muitas vezes, a superstição pode dar confiança, diminuir a ansiedade que as incertezas trazem e, assim, levar a uma performance melhor. É o caso em testes e esportes. É incontável o número de atletas que utilizam superstições, como Michael Jordan, que utilizava o calção da universidade por baixo do uniforme da NBA para dar sorte e Tiger Woods, que usa apenas camisas vermelhas nos domingos em que tem torneio, porque sua mãe acreditava que era uma cor que dava sorte para ele.

Muitas vezes as superstições são usadas também como forma de se sentir bem. Segundo a pesquisa alemã, o pensamento positivo reduziria o estresse, contribuindo para o bem-estar pessoal. Então pode acreditar e quem sabe aquele jeito meio Poliana de ser (quem é Poliana?) não funcione de verdade? **POP!**

Famosos também têm suas manias

Lady Gaga - *pelo menos uma vez por semana a cantora precisa dormir longe do namorado. Ela acha que sua criatividade pode ficar abalada se dividir a cama com ele todos os dias.*

Roberto Carlos - *ele é o Rei das superstições. Ele não usa preto nem marrom e só faz shows vestindo branco ou azul. Além disso, o cantor evita tudo que tenha o número 13: não entra em carros que tenham 13 na placa e não senta na poltrona 13 do avião.*

Felipe Massa - *o piloto gosta de usar a mesma cueca em todas as corridas. Assim, ele usa a mesma peça íntima tanto no sábado, treino de classificação, quanto no domingo, dia do GP.*

Dan Stulbach - *durante uma época, o ator tinha a superstição de pegar pregos amassados e colocar no bolso sempre que saía do cenário.*

Na boca do povo: as origens e significados dos ditados populares

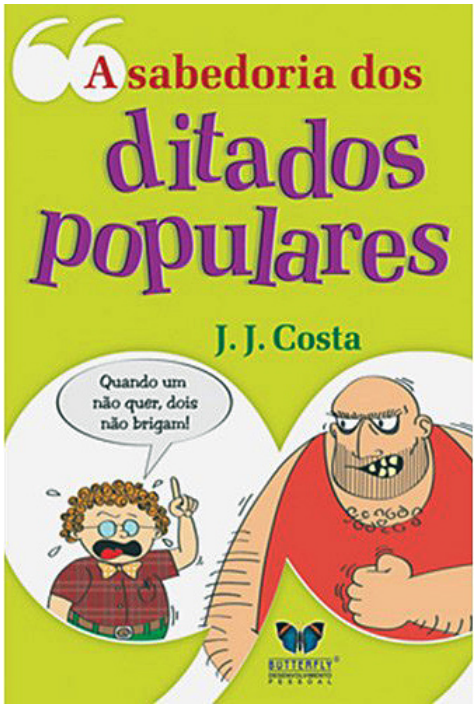
Luiza Prado e Priscilla Batista

Certamente você já ouviu dizer que "o seguro morreu de velho", ou que "quem tem boca vai a Roma", mas o que pouca gente sabe é que essas expressões populares usadas com frequência, muitas vezes, não têm sequer sua origem definida e são faladas por culturas distintas mundo a fora.

Eles independem de classes sociais, idades e estão na ponta da língua de pessoas do mundo inteiro. Suas origens são variadas e, muitas vezes, incertas. Mas o certo é que os ditados populares ou provérbios resistem ao tempo, às mudanças tecnológicas e ao desenvolvimento científico porque traduzem, de forma simples e direta, o que há de mais expressivo em relação aos sentimentos e ideias humanos.

O ditado popular ou provérbio é uma frase de caráter popular, com texto mínimo, de autor geralmente anônimo, e que se baseia no senso comum de um determinado contexto. Cada comunidade desenvolve ou promove os ditados em função de suas características culturais, econômicas e sociais. Assim, consta que o termo OK, mundialmente conhecido e usado, nasceu da seguinte forma: na Guerra da Secessão, nos EUA, quando os soldados voltavam para as bases sem nenhuma morte na tropa, escreviam numa placa "0 Killed" (nenhum morto), expressando sua grande satisfação; daí teria surgido o termo "OK".

Outra expressão bem conhecida é "sem eira nem beira", que significa que a pessoa em questão passa por dificuldades, não



é reconhecida ou não tem boa condição financeira. O termo "eira" se referia a um detalhe no acabamento dos telhados de antigamente. Possuir a eira e a

beira era sinal de riqueza e de cultura. Portanto, os donos das casas que não possuíam eira e beira eram considerados de menor extrato social.

Provérbios expressam até ensinamentos milenares

Nessa categoria existem ainda os provérbios chineses, que são ensinamentos milenares conservados popularmente de um país que preza especialmente a tradição e os ensinamentos antigos.

Alguns, mais longos e complexos, têm origem em passagens históricas ou literárias e procedem de pensadores consagrados, como os chamados *chéng-yü* (que significa *expressões feitas*). Já os provérbios mais curtos e simples têm tradição oral, origem normalmente desconhecida e também se tornaram muito conhecidos e usados no Ocidente.

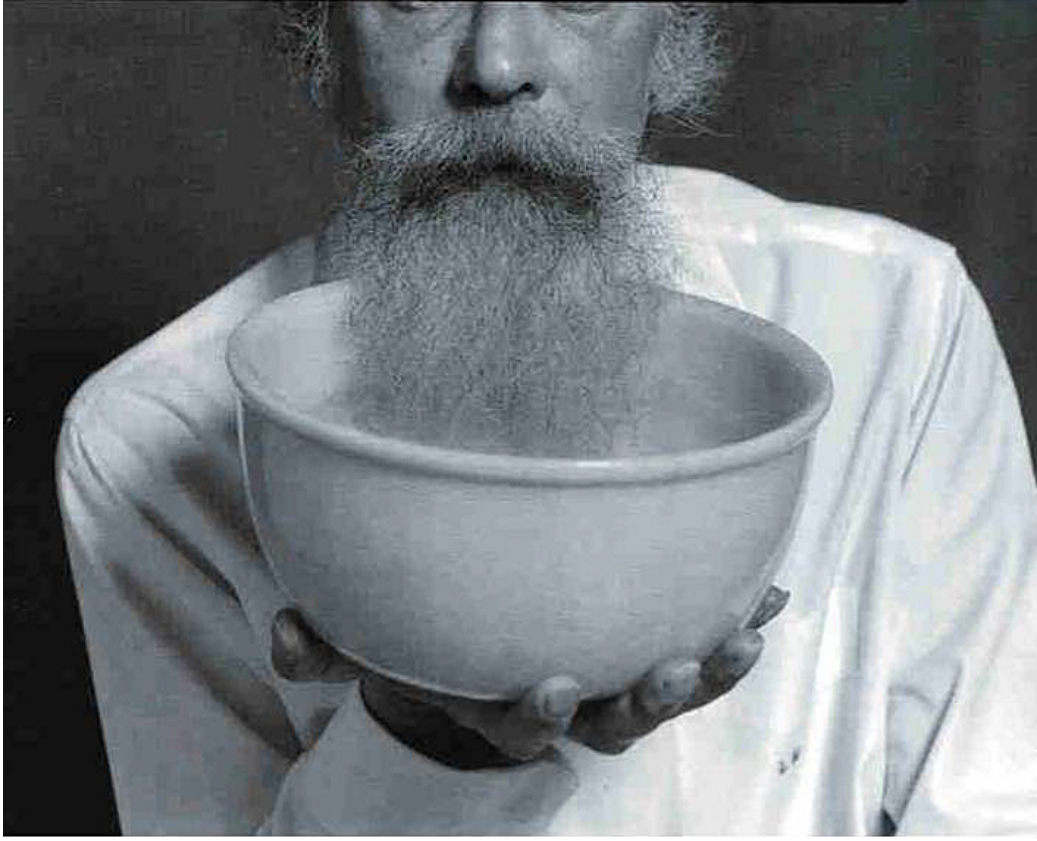
"Há três coisas que nunca voltam atrás: a flecha lançada, a palavra pronunciada e a oportunidade perdida."

"Se você quer manter limpa a sua cidade, comece varrendo diante de sua casa."

"O medíocre discute pessoas. O comum discute fatos. O sábio discute ideias."

Diferença entre expressões idiomáticas e ditados populares

Há uma diferença, no entanto, entre ditado popular e expressão idiomática, que está diretamente ligada à cultura de cada lugar, como, por exemplo, as expressões idiomáticas de Brasil e Portugal.

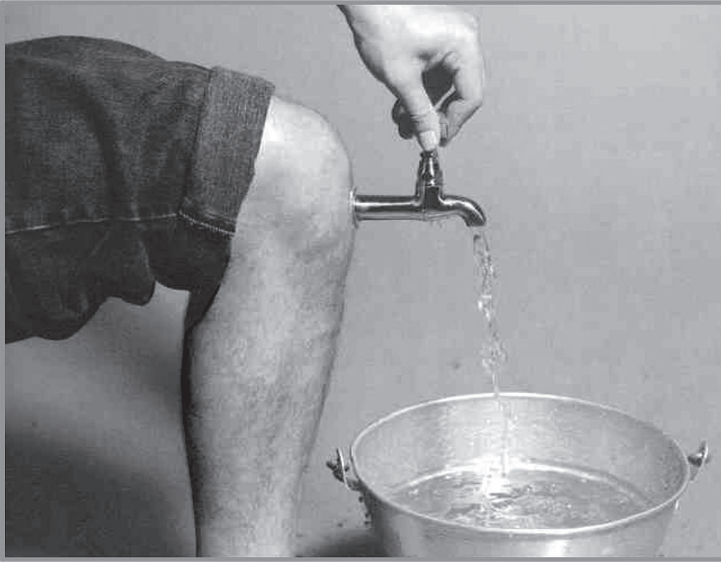


Botar as barbas de molho

Entre ditados, provérbios e expressões típicas, o fato é que esse tipo de linguagem ainda continua sendo muito utilizada, porque se baseia em conceitos elementares, dos sentimentos mais comuns e mais representativos da raça humana. Na realidade, são espécies de fábulas resumidas a uma frase, que, por sua vez, costuma traduzir as situações humanas à perfeição, de forma clara e simples, de maneira que todos possam entendê-la. A paulistana Therezinha Porto, 63, diz que adora alguns ditados, porque eles resumem bem o que é a vida: "Gosto do ditado que diz 'cobra que não anda, não engole sapo'. Significa que, se você fica desanimado, esperando a vida passar, não vive. Então, vai lá, corre atrás dos seus objetivos, vai tentar ser feliz", defende, com a experiência de quem "engoliu muitos sapos" vida afora, porque "andou muito".

Quem também "usa e abusa" dos ditados populares é a empregada doméstica Maria da Paixão, 47 anos, uma baiana "arretada", como diz, há quatro morando e trabalhando no Rio. Como não deixa "desaforo sem resposta", mas ao mesmo tempo não gosta de "magoar as pessoas", Paixão costuma lançar mão dos ditados quando quer dar conselhos ou quando passa por certas situações negativas: "Eu uso tantos que agora até esqueci de alguns. Lembrei: 'quem não sabe rezar, xinga Deus'. Quer dizer que às vezes a pessoa não sabe fazer alguma coisa, se mete a fazer e faz tudo errado. Então, melhor nem fazer", explica a baiana.

A empregada conta que, às vezes os ditados geram confusão quando não são entendi-



Tirar água do joelho

Engolindo sapo

dos. Certa vez, ela falou para uma amiga que "quem não tem como me pagar, a mim não deve nada". Segundo Paixão, a frase quer dizer que ela não confia mais na outra pessoa. No entanto, a amiga que lhe devia entendeu como uma praga: "Falei isso há uns dias atrás para uma pessoa que estava me devendo dinheiro do aluguel da casa e outras despesas, e não me pagava. Um dia, descobri que ela tinha gasto o dinheiro com o IPVA e as multas do carro velho que comprou. Aí, um dia, ela foi parada numa blitz, estava sem documento e o carro foi apreendido. Bem feito. Eu falei essa frase e essa pessoa não gostou, disse que eu tinha jogado praga. Não era praga, que não sou disso. Era apenas uma coisa que aconteceu e me provou que, daquela pessoa, não posso esperar nada mesmo" – explica Paixão.

Alguns ditados estão tão associados à vida cotidiana que viraram lugar-comum, ou quase uma "tese" sobre assuntos do dia a dia.

"Se você ganha algum presente, o que vale é a intenção, é o carinho, e não o presente em si. É muita falta de educação não valorizar o gesto de carinho", resume a estudante Amanda Maruchi, 14 anos, ao se referir ao ditado "A cavalo dado não se olha os dentes".

Outro provérbio profundamente ligado ao cotidiano diz respeito à questão profissional-financeira e varia conforme a região. Na Bahia, costuma ser: "É o olho do dono que engorda o gado". Em Piraju, interior de São Paulo, ele vem com outra versão, no depoimento do aposentado Pedro Rodrigues, 72 anos: "É o olho do dono que engorda a porca. Você deve cuidar do que te pertence para ver o crescimento e o rendimento aumentarem", justifica.

Há também os ditados mais "espiritualizados" e igualmente atrelados ao cotidiano.

"Eu gosto muito daquele que diz que é preciso 'fazer o bem, sem olhar a quem'. Não importa que seja rico ou pobre, você deve fazer o bem, sempre, em qualquer situação, com qualquer pessoa", defende a católica praticante Laercy Vieira, 75 anos. **POP!**

Os novos ditados

Além desse fenômeno se aplicar a diversas culturas, tempos e circunstâncias, os provérbios e ditados também foram adaptados à Era Digital e aos termos utilizados e relacionados ao ciberespaço. Cada vez mais frases populares sofrem adaptações para atender à lógica tanto de disseminação, quanto de aplicabilidade.

1. *A pressa é inimiga da conexão.*

2. *Amigos, amigos, passwords à parte.*

3. *Não adianta chorar sobre arquivo apagado.*

4. *Hacker que ladra não morde.*

5. *Melhor prevenir do que formatar.*

6. *O barato sai caro. E lento.*

7. *Quem muito clica, seus males multiplica.*

8. *Quem não tem banda larga caça com modem.*

9. *Quem semeia e-mails colhe spams.*

10. *Quem tem dedo vai a Roma.*

A festa mais popular do Brasil

UMA FESTA popular que encanta milhares de pessoas desde a Antiguidade até os dias de hoje. No Rio, após anos de esquecimento o Carnaval de rua atrai multidões e conquista cada vez mais pessoas

Fernanda Viviani, Isabela Valente e Carolina Loureiro

Conhecido como "o país do Carnaval", o Brasil tem a festa mais popular do mundo. O desfile de suas escolas de samba é tido como um dos maiores espetáculos da Terra e uma importante forma de representação da nação. Aqui ele passa por dois extremos: a mercantilização das escolas de samba e o caráter popular dos blocos de rua. Apesar de ter atualmente uma marca tipicamente brasileira, suas origens estão na cultura pagã da Antiguidade, e por toda a sua história fica claro que é um fes-

Com desfiles cada vez mais glamurosos, as escolas de samba se tornaram uma indústria e mercantlizaram o carnaval

tejo popular. Começou com uma procissão, uma dança de primavera com máscaras de demônios protetores e animais da floresta. Ligado ao culto dessa estação do ano, dos deuses campestres e das forças da natureza, era a festa da terra, do vinho e das florestas.

Desde aquela época já tinha um caráter popular, envolvendo todas as camadas da sociedade. Ele se estendia por uma semana, marcada por grandes festas e pela busca dos prazeres materiais. Durante a Idade Média, o Carnaval foi incorporado pelo cristianismo e se tornou uma cerimônia que exaltava a alegria de viver e a prosperidade.

Na Alemanha, e em muitas cidades francesas, reinavam nas ruas os dançarinos que lançavam sobre as pessoas cascas de ovos com água perfumada, flores, ramos e nozes. Podiam também dar pequenos presentes. Havia uma procissão com músicos, marcha ritmada pelo som dos tambores e dança dirigida pelos tocadores de flautas. Todas as camadas sociais brincavam nas ruas.

Eram divertimentos ligados ao ciclo litúrgico, havia jogos cômicos de caráter satírico, inspirados nas extravagâncias e excessos da sociedade. Formavam-se procissões burlescas que se espalhavam pela cidade e divertiam multidões. Esse foi o olhar de um primeiro momento, antes que a data ganhasse uma repercussão política e um tom elitista, com concursos de canções, poesias e apresentação de obras de arte.

No Brasil a folia chega no século XVIII. Os portugueses não quiseram abrir mão de sua festividade e trouxeram para cá o entrudo, uma forma de jogo praticada pelas camadas mais pobres no Carnaval português. A festa mais popular do país sempre foi celebrada por todas as suas camadas sociais. Na década de 1890 surgem novas maneiras de festejar o Carnaval: são os cordões,

os blocos e os ranchos, que descendem de festas religiosas do período colonial. Porém, a maior transformação foi o surgimento dos clubes, organizações que envolviam a elite da sociedade, com desfiles e fantasias que aos poucos começaram a cair no gosto popular.

A popularidade da data foi percebida pelo prefeito Pereira Passos, do Rio de Janeiro, que a viu como "a única manifestação artística onde todos os grupos sociais poderiam se entender". Na época, o aumento da população carioca, os imigrantes e diferentes contingentes da população contribuíram para o surgimento de novas formas de brincar o Carnaval, o qual já ia se tornando uma das maiores festas do mundo.

A festa mais popular do Brasil

No Brasil, particularmente nos blocos de rua, também há uma aproximação das classes sociais. É um festejo popular onde os ricos e pobres esquecem suas diferenças e brincam juntos os quatro dias de folia.

Trata-se de uma data do povo, onde há uma transformação dos participantes na massa dos foliões, as identidades são aceitas e os papéis sociais são postos de lado. Não há mais uma hierarquia, é um espetáculo onde a população é livre para ser o que deseja, cria-se uma simulação da realidade, uma necessidade de se despir dos papéis do cotidiano para se tornar um folião.

A festividade causa um momento igualitário e de liberdade, com a perda da censura em relação aos demais. Esse é um dos motivos de tanta popularidade.

A data nos mostra que a cultura produzida pelas camadas mais pobres da sociedade não está isolada e estabelece um intercâmbio com diversas manifestações culturais, até mesmo as da elite.

A indústria do Carnaval

Apesar dos blocos de rua, onde toda a população é convidada para brincar e há uma união entre as pessoas que normalmente não estariam no mesmo patamar, existe um outro lado da comemoração que descaracteriza o seu aspecto popular. Nos últimos anos houve uma crescente mercantilização do Carnaval, onde somente os ricos tiveram espaço na folia.

Marcelo Alcântara

As fantasias dos destaques podem custar mais de R$ 25 mil

As escolas de samba e o Carnaval de rua da Bahia são um típico exemplo de como as camadas mais pobres podem ser excluídas de um festejo tipicamente feito para o povo. Para desfilar na Sapucaí, assistir ao espetáculo nos camarotes ou participar dos trios elétricos de Salvador é necessário abrir o bolso sem ressentimento.

A aluna de Comunicação da PUC-Rio, Carolina Taveira, é apaixonada pelos desfiles de escolas de samba, mas nunca teve a oportunidade de ir ao Sambódromo: "Não vou assistir aos desfiles porque é muito caro, e como eu iria acompanhada de outra pessoa, o gasto seria bem maior já que o preço dos camarotes é bem salgado", diz a estudante. O fato é que nos dias atuais grande parte do Carnaval se tornou uma indústria, tudo é comercial e precisa dar lucro. O festejo virou um espetáculo onde a comunidade perde o destaque para as celebridades.

Alberto Paulista é sapateiro, trabalha para mais de cinco escolas de samba e explica como é o processo para adquirir as fantasias e desfilar: "Para quem desfila nas alas o preço varia de R$ 250 até R$ 750, dependendo da fantasia. Já as musas pagam entre R$ 15 e 20 mil. O destaque do carro da

Para João Pedro Bastos, as escolas de samba deixam de ser direcionadas para o povo para se tornarem uma empresa

Chris Martins

escola de samba gasta mais de R$ 20 mil. Para as pessoas da comunidade basta fazer uma ficha de inscrição, pagar R$ 50 e ir a todos os ensaios para participar do desfile e ganhar a fantasia".

Já em 1930 o Carnaval carioca começou a se tornar uma indústria que gerava milhares de empregos diretos e indiretos e movimentava muito dinheiro.

As escolas de samba, que antes eram dirigidas por sambistas e moradores das comunidades, passaram a ser administradas pelos banqueiros do jogo do bicho com grande influência do tráfico de drogas. Os desfiles foram adequados aos interesses econômicos e assim houve a mercantilização do Carnaval. O povo foi se afastando das arquibancadas e da avenida, dando espaço aos turistas e leigos.

João Pedro Bastos, autor do livro *Acadêmicos, Unidos e Tantas Mais*, afirma que o desfile em si está menos popular por causa dos preços cobrados: "As escolas de samba têm se profissionalizado cada vez mais, elas deixam de ser direcionadas para o povo para se tornarem uma empresa. A Unidos da Tijuca é um exemplo disso. Por ter se tornado muito organizada, elevou seu *status*. Atualmente os enredos são muitas vezes patrocinados, muitos são marcadamente propagandas".

Blocos de rua: a revitalização do Carnaval carioca

O Carnaval carioca também é conhecido pelos populares blocos de rua. Uma mistura de pessoas de todos os lugares. A música animada que contagia a todos e faz com que a cidade se sinta em clima de festa durante todo o feriado, faz a folia se tornar popular. Porém, nem sempre foi assim.

Atraindo multidões, o Carnaval de rua carioca voltou à cena após anos de esquecimento

Lula Branco

Segundo Lula Branco o carnaval carioca voltou a ganhar força após os anos de 1980

Os primeiros cordões carnavalescos foram registrados em 1889 e havia cerca de 18 grupos integrantes da pequena festa. Atualmente, de acordo com a Riotur, empresa de turismo do município do Rio de Janeiro, existem 400 blocos de todos os tamanhos, espalhados por toda cidade. Tocam samba de todos os tipos; desde as marchinhas de antigamente até o enredo de grandes escolas. Alguns desfilam pelas ruas e praias, enquanto outros ficam concentrados em um só lugar.

Apesar da grande folia que reunia todas as camadas sociais, as escolas de samba e os blocos de rua passaram por um declínio nas décadas de 1970 e 1980. Junto com a chegada da ditadura, veio também um clima triste e obscuro que fez com que o samba de grandes blocos, como Bafo de Onça (popular na década de 1960), caíssem no esquecimento. O advento da ditadura promoveu um afastamento dos foliões dos blocos de rua. Uma possibilidade para tal declínio seriam as questões políticas. Essa fase causou muito desânimo em toda a população. Os grupos formados por jovens eram sempre mal vistos pela repressão e o Rio de Janeiro foi um dos lugares que mais lutaram contra esse movimento.

O jornalista Lula Branco explica como se deu a revitalização dos blocos no Rio de Janeiro: "Os anos de 1980 estavam caídos, mas aí veio gente de fora como o Pedro Luís, cantor e organizador do Monobloco, e aos poucos a folia voltou a ganhar força".

Nesse mesmo momento, ao lado da Banda de Ipanema e do Cordão do Bola Preta, surgiram o Simpatia é Quase Amor e o Sovaco do Cristo, hoje os mais empenhados na revitalização do Carnaval de rua do Rio de Janeiro.

Os blocos dependem da ajuda de vizinhos,

Sérgio Araújo Pereira

O Cordão do Bola Preta teve um público de mais de dois milhões de pessoas na sua última edição

amigos e foliões decepcionados com o rumo que tomou o nosso Carnaval. Para Celso Alvim, maestro do grupo Monobloco, existem alguns fatores que ajudaram na volta do Carnaval de rua, entre eles: "A diversidade, que trouxe novos gêneros musicais para o Carnaval, sem excluir o samba e as marchinhas".

O trabalho teve resultado com o passar dos anos, os ensaios voltaram a encher e as baterias a ter boa qualidade. Lembrando também que a festa é acessível a todos, porque não é exigida a compra de fantasias e camisetas: "Muitos fatos contribuíram para a retomada dessa festa e o principal deles, na minha visão, foi a adesão dos jovens ao Carnaval de rua com a criação de muitos blocos". Explica Pedro Ernesto, organizador do Cordão da Bola Preta.

Atualmente muitos bairros já possuem o seu bloco, sem restrição de raça, religião e gosto. Segundo a advogada, Fernanda MacDowell, o Carnaval é o feriado mais esperado do ano. Ela disse que vai a pelo menos dez blocos, e em todos inventa uma fantasia diferente: "Para mim não existe época igual ao Carnaval. Gosto muito de ir à avenida, mas também não perco um bloco. A única coisa que pode me impedir é a distância. Fora isso não importa a hora, estarei lá. Acredito também que para tornar o bloco melhor, vale muito a pena usar adereços criativos e ir junto de amigos bem animados".

Já a estudante Maria Beatriz Bragança completa: "Sou apaixonada por Carnaval. Em 2011 fui a sete blocos e se pudesse teria ido a mais. Acho

incrível como o clima desse feriado é capaz de transformar qualquer um e fazer com que possamos esquecer os nossos problemas", diz a universitária.

Tudo isso ajudou a consolidar o Carnaval de rua como um fenômeno de festa popular, uma festa que une a cidade inteira. Como diz o cantor e compositor Nelson Sargento, "o samba agoniza, mas não morre".

O número de foliões aumenta a cada ano e o Cordão da Bola Preta é um exemplo disso. "Acreditamos que o público seja superior a dois milhões de pessoas, tendo em vista que no último Carnaval, mesmo com chuva, o público bateu essa marca e nos tornamos o maior bloco de Carnaval do mundo. A característica marcante do Carnaval de rua é que as pessoas não têm compromisso com fantasia, dinheiro, enfim, todos brincam e se divertem para valer", diz Pedro Ernesto, organizador do bloco. **POP!**

Monobloco: a retomada do Carnaval de rua

Eclética *fez uma entrevista com Pedro Luís, líder do Monobloco*

Eclética *Como o Monobloco funciona durante o ano, tirando a época de Carnaval?*

Pedro Luís *- Nossas atividades durante o ano são as oficinas de percussão, que formam a nossa bateria para o Carnaval e as apresentações do Monobloco Show pelo Brasil inteiro.*

E *- Qual é o número de pessoas esperado para o próximo desfile?*

O Monobloco foi um dos responsáveis pela revitalização do Carnaval de rua no Rio de Janeiro

PL *- A gente não se preocupa em quebrar recordes ou superar outros blocos quanto ao número de foliões. Nossa preocupação é realizar o desfile com alegria, organização e atendendo às exigências dos órgãos públicos.*

E *- Na sua opinião, como se deu a recuperação dos blocos de rua do Rio de Janeiro e por que as pessoas gostam tanto dos blocos?*

PL *- Para mim existem dois fatores: a diversidade musical, que trouxe novos gêneros para o Carnaval, sem excluir o samba e as marchinhas, e as oficinas de percussão que permitiram às pessoas brincarem o Carnaval tocando um instrumento.*