

## Agenciamentos audiovisuais e o desejo de singularizar<sup>1</sup>

Deisimer Gorczewski<sup>2</sup>

### Resumo

Nesse estudo, atenta-se para os sentidos de intervir e inventar contraposições a um modo restrito de subjetivação da periferia e de seus moradores, associado às marcas da criminalidade e da violência em suas múltiplas dimensões. Trata-se de agenciamentos orientados pelo desejo de singularizar como estratégia de reconhecimento de sujeitos e grupos. Por último, a pergunta – que visibilidade desejada é esta – faz emergir traços e contornos, mesmo que fragmentados, das paisagens e rostos enunciados nas narrativas e, com certo alcance, postas em circulação nas produções audiovisuais.

**Palavras-chave:** Comunicação comunitária, audiovisual, agenciamento; desejo; visibilidade.

### Agenciamentos coletivos por outra visibilidade<sup>3</sup>

Nesse estudo, a problemática do desejo não se situa no nível da representação, mas no nível da construção de agenciamentos<sup>4</sup>. Para a esquizoanálise, o desejo é uma disposição, é o ato de dispor, de fazer arranjos, de construir uma disposição concatenada de elementos que formam um conjunto. Escutar um ou mais jovens comunicadores comunitários dizerem que desejam ‘outra visibilidade’, na verdade, como advertem os esquizoanalistas, quer dizer que estão construindo agenciamentos. Os agenciamentos podem ser solitários, a dois, sendo, ao mesmo tempo, coletivos.

Compreende-se por ‘comunicador comunitário’ um modo de ser e se fazer comunicador, produtor e gestor de mídias no campo da comunicação comunitária. Constata-se a emergência de uma nova modalidade de comunicador social fora dos parâmetros da formação acadêmica, ou melhor, com capacitação, objetivos, funções e perfis diferenciados do comunicador profissional (jornalista, publicitário, entre outros). Modos de subjetivação, em grande parte, mobilizados nos espaços de participação e atuação social, cultural e política na própria comunidade onde vivem, buscando se diferenciar também das atividades na ordem econômica de produção formal, bem como na ordem instituída por associações e outros setores da sociedade civil.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação para a Cidadania do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba – PR. 2009

<sup>2</sup> Pesquisadora integrante dos grupos de pesquisa Políticas Públicas e Produção de Subjetividade, na UFRGS e Mídia, Cultura e Cidadania na UNISINOS, email: [deisimer@gmail.com](mailto:deisimer@gmail.com)

<sup>3</sup> Esse artigo apresenta-se como parte da pesquisa intitulada: “Micropolíticas da Juventude e Visibilidades Transversais: In(ter)venções audiovisuais, na Restinga em Porto Alegre” compondendo a tese de doutorado realizada no Pós Graduação em Ciências da Comunicação, na UNISINOS. 2007.

<sup>4</sup> O conceito de “agenciamento” será problematizado no decorrer desse estudo. No entanto, nessa abordagem inicial, trago os sentidos dessa: “Noção mais ampla do que as de estrutura, sistema, forma, etc. Um agenciamento comporta componentes heterogêneos, tanto de ordem biológica, quanto social, maquinaica, gnosiológica, imaginária. (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 317).

Desafiada a distinguir os agenciamentos coletivos do desejo, em particular, aqueles que produzem as estratégias de intervir e inventar em mídias audiovisuais – passei a observar o que se passava entre os jovens comunicadores comunitários. Algo se passava entre os comunicadores comunitários, algo que podia ser da ordem de um fenômeno físico, político, afetivo, enfim da ordem e, principalmente, da desordem do desejo.

Se para gerar um acontecimento é indispensável uma diferença de potencial, conseqüentemente, para que haja tal circunstância, precisa-se de diferentes níveis. Então, algo do campo do desejo passa entre os jovens e passa também entre eles e os grupos nos quais atuam, nas alianças por eles construídas e desconstruídas, bem como nos produtos audiovisuais postos em circulação.

Para produzirem agenciamentos coletivos na perspectiva de uma ‘outra visibilidade’, foi necessário que algo acontecesse. E esse algo foi sendo constituído com as afinidades tecidas por linhas de resistência<sup>5</sup> e criação. Uma ação avessa as concepções e representações dominantes de periferia. Concepções que produzem e ampliam o preconceito e a indiferença. Concepções que vinculam a periferia e seus habitantes – crianças, jovens, mulheres, negros, pobres, portadores de necessidades especiais, enfim os diferentes do padrão de uma estética globalizada – a um tipo de visibilidade associado às marcas da criminalidade e da violência em suas múltiplas dimensões.

Tomando o enunciado de tais contraposições como frutos de agenciamento coletivo, procuro, a seguir, circunscrevê-los. Retomando a acepção de agenciamento, na perspectiva da esquizoanálise, visualizam-se as dimensões por onde o desejo corre. Nas palavras de Deleuze (2004), um agenciamento remete a quatro dimensões, sendo elas: “os estados de coisas, as enunciações, os territórios e os movimentos de desterritorialização”.

Partindo dessa perspectiva, o agenciamento coletivo por uma ‘outra visibilidade’ remeteria a um estado de coisas – entendido aqui como aquilo que convêm a uns e não

---

<sup>5</sup> Nesse estudo, o conceito de “resistência” tem inspiração na análise de Pal Perbart (2003, p. 142), outro estudioso da esquizoanálise, que observa: “Se na modernidade a resistência obedecia a uma matriz dialética, de oposição direta das forças em jogo, com a disputa pelo poder concebido como centro de comando, com os protagonistas polarizados numa exterioridade recíproca mas complementar, o contexto pós-moderno suscita posicionamentos mais oblíquos, diagonais, híbridos, flutuantes. Criam-se outros traçados de conflitualidade, uma nova geometria da vizinhança ou do atrito. Talvez com isso a função da própria negatividade, na política e na cultura, precisa ser revista. (2003, p.142)”.

convêm a outros – e estilos de enunciação. Os jovens comunicadores comunitários, em suas narrativas de vida e, especialmente, em suas práticas audiovisuais, expressaram o que convinha e o que não convinha, os gostos e também os desgostos. Nesse momento, farei uma breve síntese do que parece compor o estado de coisas e, respectivamente, os agenciamentos coletivos de desejo.

Primeiramente, foram visualizadas as formas de intervir e contestar os contornos – configurados por distintas redes de sentido <sup>6</sup> – em se tratando dos modos de ser jovem e viver nas zonas periféricas da cidade e da própria supremacia midiática na produção e amplificação de visibilidades estereotipadas. Ao desejarem romper as fronteiras territoriais e midiáticas que investem em mantê-los confinados a céu aberto, os jovens comunicadores comunitários traçam modos de intervir e inventar para além dos espaços pré-fixados, constituindo suas próprias redes de conversação comunicacional, midiática e audiovisual.

Ao narrarem suas experiências na produção e nas práticas sócio-educativas e comunicacionais, os jovens traçam paralelos entre suas práticas de intervir e inventar em mídias comunitárias e os modos da mídia tradicional tratar temáticas comuns. Nessas conversações, foram emergindo distintos ângulos e critérios de análise, em particular, relacionados aos modos de subjetivação juvenil na mídia tradicional. A seguir, passa-se a analisar as narrativas dos jovens - Dionísio, Hermes e Alberto<sup>7</sup>.

Dionísio fala de seu descontentamento pautado pela carência de profundidade na forma da mídia visibilizar os modos de pensar e agir da juventude, hoje. Para esse jovem,

[...] a mídia trata a juventude de maneira superficial, assim, como se fosse, assim, muito superficial. Na verdade, não são, são mais profundos, assim do que muito, são muito mais juventude. Nas coisas que fazem são muito mais intensas, né, se dedicam muito mais, de corpo e alma, mesmo, mergulham. [...]. Um bando de jovens discutindo sobre como o mundo podia ser mais bonito, sabe, eu acho, trata de uma maneira super superficial, assim.

Para ponderar com os argumentos de Dionísio, pergunto se, quem sabe, por se estar no alvo preferencial do bombardeio de imagens que atravessam o século, como previu Calvino (1990), nosso olho esteja perdendo sua dimensão “vibrátil”, aquela que

---

<sup>6</sup> Redes de sentido que organizam a realidade social, material e simbólica – sejam elas redes midiáticas, governamentais, de políticas públicas, comunitárias, ou mesmo, de organizações da sociedade civil.

<sup>7</sup> Nesse estudo foram escolhidos nomes fictícios para os jovens entrevistados, para os ‘outros’ jovens que tiveram narrativas pontuais analisadas, bem como para aqueles citados por nossos entrevistados. Para os demais entrevistados foram utilizados seus nomes e, em alguns casos, suas atividades.

possibilita a afetação pela força do que vê (ROLNIK, 2002) e, despotencializado, se veja impedindo de observar na superfície o acontecimento em continuum desdobramento.

Já, nas palavras de Alberto, o descontentamento emerge, justamente, por avaliar que a mídia traça perfis juvenis em nada superficiais, isto é: “a mídia mostra o jovem ainda bem dentro de um contexto de classe, que a gente vê aquele jovem que tem o carro, aquele jovem que vai na universidade, né, eu acho que é isso que a mídia mostra”. E, de certo modo, contemplando a fala de Alberto, Hermes comenta uma das tarefas da produção audiovisual comunitária, a criação de:

[...] um outro vínculo de imagem desse indivíduo, que é vinculado o negro, o jovem, o preto, a mulher, como coitadinhos, como operário, trabalhador, empregada, tentar pegar uma outra lógica, claro que tem que ter uma outra lógica nessa TV, ter uma outra lógica [...].

Alberto destaca o recorte de classe – narrado nas memórias de vida no bairro – como aquele que “ainda” serve de parâmetro midiático na distinção dos modos juvenis de habitar a contemporaneidade. Já Hermes, ao falar na produção de uma TV no bairro numa “outra lógica”, parece andar por linhas mais flexíveis, desejando descolar as marcas dos “coitadinhos” daquelas associadas aos demais segmentos de linhas duras. Marcas estas que vinculam segmentos enrijecidos produzidos por máquinas binárias do tipo - negro-branco, jovem-idoso, homem-mulher – aos também binários modos de fabricar recortes por classes sociais, nesse caso, classe operária, trabalhadora.

Apesar de detectarem a intencionalidade midiática no traçado de perfis juvenis, constituídos por linhas verticalmente enrijecidas, ambas narrativas juvenis não escapam aos atravessamentos das outras produções ativadas e/ou reativadas pelas máquinas binárias. Alias, ninguém, levando-se em conta as advertências de Deleuze (1998).

Na continuidade de nossa conversa<sup>8</sup>, mas falando agora como oficinairo de vídeo, Alberto abriu um parêntese para comentar algumas “carências” no trabalho das oficinas de vídeo:

[...] eu acho que essa oficina teve uma deficiência, eu não consegui atingir a Restinga Velha, que era um público que a gente queria muito atingir, que é um público que vai ser um grande desafio pra nós na próxima oficina, essas pessoas que eu tô, embora eles estejam numa situação fragilizada, em relação à Restinga Velha eles tão melhor.

---

<sup>8</sup> Esta conversa foi realizada durante uma das oficinas de vídeo coordenada por Alberto, em janeiro de 2005.

Pergunto se os que participam de sua oficina estão em uma condição diferente dos que vivem na Velha e, rapidamente, Alberto responde: “se conseguirem terminar o 2º grau, eles vão conseguir emprego futuramente, agora na Restinga Velha, há uma situação de muita gente”. Numa atitude um tanto descuidada com a escuta dos argumentos de Alberto, sem o deixar concluir o pensamento, pergunto se estes adolescentes estão mais próximos do perfil, antes traçado, do jovem que a mídia massiva mostra. Alberto passa a delinear o perfil do grupo e, embora volte a usar o termo “ainda” para descrever o que eles não são, traz, em seus argumentos, marcas atualizadoras do militante-em-nós<sup>9</sup>.

Eles não são ainda o perfil que a mídia mostra. Eu acho que tranquilamente eles não são. Eles não tem computadores em casa, a maioria, não tem carro, até na questão da sexualidade padrão que tá mostrada, eu acho que eles são muito corajosos porque eles tem coragem de buscar a felicidade deles mesmo estando fora do estereotipo, do padrão que a mídia mostra. E eu acho que também é obrigação deles porque eles tão na idade disso, de contestar.

Pergunto então o que ele quer dizer com “mesmo estando fora do estereótipo, do padrão que a mídia mostra”. Alberto menciona o uso do *piercing* isoladamente e, novamente, engata naquilo que estes jovens não são, para então, falar do que lhe “importa”.

Eles não se vestem com as roupas da moda, eles não tão dentro do padrão de beleza que está estipulado e não se importam com isso, eles se importam mais com a contestação. Não tenho certeza, acho que eles se importam mais em buscar a felicidade deles independente do padrão que tá colocado, porque eles são apontados como os diferentes na rua. Acho que eles tem uma certa coragem.

Contestar e ter certa coragem para ser feliz fora dos padrões éticos e estéticos “estipulados” pela mídia, na narrativa de Alberto, compõem um dos critérios de distinção entre os jovens que participam de suas oficinas de vídeo e aqueles que são visibilizados na mídia convencional. No decorrer da análise, serão sinalizados outros modos de diferenciação, bem como aspectos que os aproximam, para além dos padrões estéticos globalizados<sup>10</sup>.

Por um lado, os comunicadores comunitários lançam críticas direcionadas tanto a grande mídia como aos que se espelham nestes qualitativos que ela aplica e multiplica, em suas práticas de “redundância” (DELEUZE; GUATTARI, 1997). Subjetivação

---

<sup>9</sup> Uso a expressão a partir da acepção: “mito da revolução: a militante-em-nós” Rolnik (1989, p. 149-150).

<sup>10</sup> Em se tratando das imagens da juventude expostas, excessivamente, na mídia, encontrei nos estudos de Oliveira (2000) e Diógenes(1998) aspectos que reforçam as constatações desses jovens.

midiática que busca legitimar-se na esfera pública, investindo na segmentaridade, quando se põe a joeirar, isto é, diferenciar “o joio do trigo”, produzindo sentidos que agreguem os “bons” aos que se enquadram nos padrões estéticos globalizados e os “maus” aos desprovidos de toda ordem.

Por outro lado, o que parece envolver os comunicadores comunitários na elaboração de estratégias – para além da postura de grupo protesto ou grupo da queixa – são os estereótipos midiáticos aplicadas aos jovens que vivem nas zonas periféricas seja em termos espaciais como culturais, da produção, das tecnologias, etc.

“Coitadinhos” foi um dos termos citados, recursivamente, por nossos protagonistas, como um dos estereótipos a serem contestados fervorosamente. E, acompanhando suas intervenções midiáticas e audiovisuais – em particular – o processo de produção e midiatização de “Manifestos”<sup>11</sup>, evidencia-se aspectos relevantes para compor o conjunto de suas estratégias por “outras visibilidades”.

As práticas juvenis de intervir e resistir via a criação audiovisual, os processos-produtos e os manifestos políticos e culturais também deixaram claro a contrariedade com os modelos midiáticos-audiovisuais de enquadramento estereotipado do bairro e seus moradores, bem como as visões e ações desenvolvidas por outras redes de sentido que organizam a realidade social, material e simbólica, em particular, na cidade de Porto Alegre.

Os sentidos produzidos nas práticas políticas que se usa de “Manifestos” por vezes, tão engessados em um modelo de denúncia e queixa, acoplados ao discurso da culpa do “outro”, do ressentimento investindo nas linhas de forças reativas, acabam por alimentar e ou envenenar suas potências criativas, de certo modo, os impedindo de afetar e inventar novos mundos. No caso do “Manifesto” citado, o que se observa são argumentos que emergem no fervilhar de uma disputa que, no entanto, ao ser elaborado coletivamente, recria possibilidades de reflexão do modo como se sentem tratados e do modo como observam o mundo.

Alberto, em outro momento de nossas conversações, volta a afirmar seu ponto de vista sobre como a mídia mostra os moradores da periferia no geral, acrescentando os termos “marginalizados” e “exóticos” às suas reflexões.

---

<sup>11</sup> “Manifesto”, proposto pelo grupo Ação Periférica na Comunicação e assumido por mais de dez grupos e/ou associações do bairro que se autodenominaram: “Comunidade Cultural da Restinga”. 2003, quando da apresentação do vídeo Qual Cinema no encerramento do Festival Zoom CineEsquemaNovo, na Usina do Gasômetro, em Porto Alegre.

[...] a mídia mostra essas pessoas em situação de marginalidade, em situação de coitadinhos, em situações exóticas, essas pessoas não são pessoas normais, são pessoas exóticas, ou elas tão ganhando uma sopa, ou elas tão ganhando um rancho, ou então, que milagre!, um deles conseguiu ser jogador de futebol, né, mas é sempre exótico, elas, é sempre exótico, elas não são pessoas do cotidiano da coisa normal, é do dia-a-dia, o normal, o cotidiano são outras pessoas, quem tem direito à cidadania são outras pessoas, essas não existem.

A mídia convencional vem visibilizando os jovens e as periferias, em distintos produtos televisivos e cinematográficos. Na análise em questão, trata-se, particularmente, do programa Central da Periferia. Interessou, em específico, a edição que teve como palco da ‘periferia dos pampas’ a Esplanada, no bairro Restinga, em Porto Alegre. Sobre esse processo de produção e veiculação televisiva, chamou nossa atenção o comentário que outro jovem comunicador comunitário, João, lançou na lista de discussão do Fórum de Educação da Restinga e Extremo Sul. Diz ele:

Não gostei nenhum um pouco do programa da Regina Casé, a fala do Antônio foi bem restrita e foi engolida pelo caráter de entretenimento do programa, em sua linguagem e em sua falta de reflexão. Esse programa, assim como diversos programas que mostram a periferia, tendem a romantizar a periferia, mostrando que os pobres também se divertem. Em outro caso, mostrou que também loiros de olhos azuis passam necessidade na periferia, o que teve apenas um caráter exótico, nada, além disso. Essas foram as minhas impressões iniciais.<sup>12</sup>

As narrativas de Alberto e João reverberam e se multiplicam no sentido de contestação a essas análises que conectam os que vivem nas periferias a um padrão, ou melhor, à idéia de uma produção referenciada num padrão estético juvenil. Essa formulação suscita também aproximações com estudos realizados a partir da década de 60, em particular, as problematizações sobre “culturas adolescentes juvenis”, propostas por Morin (1999). No Brasil, a releitura das pesquisadoras Glória Diógenes (1998) e Helena Abramo (1994), auxiliam-nos na percepção das distinções e atualizações desses modos de operar juvenis. A emergência do processo globalizante, na sociedade contemporânea, remete-nos ao avanço dos dispositivos midiáticos:

O padrão veiculado na mídia não impõe só um modelo estético e sinalizador de um ‘status’ social almejado, mas também um modelo de cidadania – quem não ostenta é imediatamente jogado para o campo dos desqualificados do convívio social, sob a suspeita de marginalidade ou delinquência, ou simplesmente pela demonstração da incapacidade de consumo. (ABRAMO, 1994, p. 73)

---

<sup>12</sup> Mensagem enviada para a lista de discussão – feres@yahoogrupos.com.br – em 22.Out.2006. Nessa mensagem, João menciona a participação de Antônio, grafiteiro – artista-ativista da cultura *hip-hop*, que foi convidado, pela produção do programa, para mostrar a sua “casa grafitada” e o bairro para a apresentadora Regina Casé.

Retomando a conversação com Alberto, surgiram aspectos sobre os modos como são construídas as imagens que os moradores têm de si mesmos e o papel da mídia nesse imaginário coletivo.

[...] pras próprias pessoas da periferia, assim [...], elas não param pra pensar que elas têm uma vida digna, que elas são pessoas que tão lutando pra sobreviver, e que elas são seres humanos, elas absorvem o que os meios de comunicação passam aqui, que elas são sempre os coitadinhos ou os marginais [...] A mídia mostra essas pessoas em situação de marginalidade, em situação de coitadinhos, em situações exóticas, essas pessoas não pessoas normais, são pessoas exóticas, ou elas tão ganhando uma sopa, ou elas tão ganhando um rancho, ou então, que milagre!, um deles conseguiu ser jogador de futebol, né, mas é sempre exótico, elas, é sempre exótico, elas não são pessoas do cotidiano da coisa normal, é do dia-a-dia, o normal, o cotidiano são outras pessoas, quem tem direito à cidadania são outras pessoas, essas não existem.

Pensando na descrição acima, por um lado, vemos certa vitimização no modo como analisa as “pessoas da periferia”, descritas como aquelas que não refletem sobre suas vidas e, ao mesmo tempo, agem como receptoras passivas dos meios de comunicação. Anteriormente, ao analisar o público das oficinas de vídeo, Alberto se referia a comunidade com visões distintas à realizada, nessa última abordagem. Parece ser de muita relevância para este jovem, o modo como a mídia tradicional mostra os que vivem na periferia.

Nas narrativas, os entrevistados falam de como se veem, como são vistos e, também, de suas visões da Restinga. Sistematizo alguns destes pontos de vista, imagens que vão compondo a multiplicidade dos modos de existência nos espaços de convivência urbana. Imagens estas que foram construídas, desmanchadas e reconstruídas, ativando, ainda hoje, traços da história do bairro como região rural da capital gaúcha.

Iniciando justamente pelas narrativas que constataam as mudanças ocorridas ao longo dos anos como aquelas que, além de alterarem as paisagens – do rural ao urbano, provocaram transformações nas condutas de seus moradores.

Nas palavras de Hermes,

[...] a Restinga tem mais ou menos, no máximo, 40 anos, é muito nova, e ela viveu um processo de dissabor, assim, muito cruel, e as pessoas ainda estão num processo de passar isso pros outros, pros jovens, então. E, ao mesmo tempo, uma comunidade urbana, e, ao mesmo tempo, uma comunidade que tem muitos princípios interiorianos, muitas pessoas que vieram do interior, lá de Palmeira das Missões, lugares muito difíceis, e vieram pra uma cidade urbana, assim, né, muito urbana, muito *hip hop*, muito *rock*, né, festa da noite, *piercing*, e nós temos pessoas que são pais, filhos dessa geração, que são pessoas do interior, quer dizer, eu acho

que é uma comunidade em transformação. Ela tá ainda descobrindo em que espaço se colocar na sociedade.

Outro aspecto é o das análises relativas à imagem que a cidade de Porto Alegre faz da Restinga, o olhar do “outro” que, neste caso, parece ser visto como o “centro”. Essa questão vem preocupando os jovens comunicadores populares, antes mesmo de suas primeiras incursões videográficas. Questões essas que, com o passar do tempo, passaram também a compor as problematizações e, respectivamente, os roteiros das primeiras produções audiovisuais, no bairro.

Alberto expressa pontos de vista múltiplos fazendo algumas distinções sobre quem são esses “outros” que olham e imaginam um dos bairros mais distantes e populosos da cidade. Perguntei: “que imagem tu achas que a Restinga tem em Porto Alegre? Como Porto Alegre vê a Restinga?” E Alberto respondeu:

Eu acho que tem várias imagens, eu acho que pras pessoas mais politizadas, tem até uma fantasia de que a Restinga é um lugar super organizado. E ela é bem menos organizada do que a imagem do que as pessoas mais politizadas têm, né, pras pessoas que não têm nenhuma politização e sempre viveram em shopping, por exemplo, acha que a Restinga é um lugar de marginal, dessas pessoas, e pras pessoas que trabalham aqui, por exemplo, algumas, também, tem, tem, a, tem, por exemplo, pessoas que trabalham aqui só chegam no seu serviço e do seu serviço vão pra casa, [...]. A Restinga tem essa imagem de pessoas que sofrem, de pessoas que não gostam de miséria, e as pessoas não se vêem assim, as pessoas daqui são felizes também, elas têm seus problemas da vida, mas também são felizes, também tem seus sonhos.

Partindo do comentário acima, resgato as contribuições de Deleuze (1987) para evocar as múltiplas possibilidades de ver-se e ver o outro; em suas palavras:

a imagem intenta permanentemente perfurar o tópico, sair dele [...]. Às vezes se necessita restaurar as partes perdidas, reencontrar tudo o que não se vê na imagem, tudo o que se subtrai dela para fazê-la ‘interessante’. Mas às vezes, pelo contrário, há que fazer furos, introduzir vazios e espaços brancos, rarefazer a imagem, suprimir dela muitas coisas que se lhe haviam incorporado para nos fazer crer que se via tudo. Há que dividir ou construir o vazio para reencontrar o inteiro (1987, p. 37).

Essa abordagem leva a outra fala de Alberto comentários, especialmente quando contou sobre a experiência com a produção do vídeo “Qual Cinema”<sup>13</sup> e a sua intenção de mostrar as pessoas e o próprio bairro. Nas suas palavras, “o principal nas produções que a gente faz é as pessoas que não têm vez, que não são cidadão, que não têm

---

<sup>13</sup> Produzido durante a I edição do Festival Zoom CineEsquemaNovo, numa oficina denominada de “cinema possível”, realizada no bairro Restinga, em Porto Alegre. O curta foi um dos premiados na modalidade de formação do olhar, no Kinofórum, em São Paulo.

visibilidade, poder se ver. Eu acho que isso é o central [...]”. Conversando sobre qual a imagem que esse audiovisual traz sobre a Restinga, Alberto afirma:

[...] eu acho que ele mostra o, o, que as pessoas estão vivas, as pessoas tem sonhos, tem fantasias, né, acho que ele desmistifica, é, e até pras próprias pessoas da periferia, assim, porque mesmo elas, elas não páram pra pensar que elas tem uma vida digna, que elas são pessoas que tão lutando pra sobreviver, e que elas são seres humanos, elas absorvem o que os meios de comunicação passam aqui, que elas são sempre os coitadinhos ou os marginais, eu acho que, ele, pra mim o principal que ele quebra é isso, e ele fala do sonho de ir ao cinema, e ele fala da fantasia, eu acho que ele fala duma coisa bonita.

Seguindo a nossa conversação perguntei, “E essa visibilidade de que tu falas, para que essa visibilidade?”

Eu acho que quem não se vê, hoje do jeito que a, que o visual tá na vida das pessoas, quem não se vê é como se não existisse, eu acho que isso é muito forte, né, eu acho que isso é uma das coisas assim, que, tu não tem direito, tu não é um ser humano, tu não te vê, tu não tá na TV, né, quem tá na TV são pessoas ricas, são pessoas jovens, ãh, mas, enfim, né, uma pessoa negra, uma pessoa pobre, geralmente não tá na TV a não ser que seja numa situação..., numa situação ruim, ela não tá na TV, então essas pessoas, subjetivamente, uma parte dessas pessoas, uma parte muito grande do subjetivo delas, elas não existem.

Nesse depoimento de Alberto, pude conectar com as análises realizadas anteriormente em relação à condição juvenil, bem como reconhecer sentidos, inclusive, de certa obstinação em relação à necessidade de desenvolverem estratégias de intervenção em mídias audiovisuais. Para problematizar aspectos dessa análise do desejo de visibilidade midiática, na especificidade audiovisual, trago as contribuições de Roman Gubern, em especial, numa das entrevistas realizadas no processo de apresentação do livro *“Patologías de la imagen”* (2004). Nas palavras do autor: “Vivemos em um ecossistema midiático muito inter-relacionado [...]” e, na seqüência, ao ser perguntado sobre se “a imagem audiovisual é o que poderia definir a sociedade atual?”, responde:

É um aspecto muito relevante, porque as pessoas, para crer em algo, têm que vê-lo. [...] Se não sai na TV, é como se não ocorresse. O que não se vê não existe no mundo contemporâneo. Uma falácia ontológica, mas uma realidade midiática.<sup>14</sup>

Alberto falou da produção em vídeo, demonstrando ser conhecedor de aspectos da historicidade desse dispositivo midiático na luta pela democratização da

---

<sup>14</sup> Entrevista com Roman Gubern. Disponível em: <http://www.asrockindependiente.com> Acessado em 12 Nov. 2004. Texto traduzido para fins de estudo.

comunicação em nosso país e, inclusive, projetou em sua análise um futuro promissor para o audiovisual no Brasil.

[...] a imagem pra mim, tanto, o audiovisual pra mim, hoje, ele tem um papel político, né, de construir o mundo que eu acredito, então, por exemplo, eu aposto muito no vídeo, né, e porque eu acho que o vídeo é a forma, é uma ferramenta que a gente tem hoje que é realizável, que a gente pode tá fazendo, vídeo é uma coisa real que a gente pode fazer, que a gente pode através dele tá passando as idéias que a gente tem de mundo.

Na abordagem que segue, Alberto sugere, inclusive, contribuições que as produções audiovisuais da periferia e dos “periféricos” podem estar gerando ao cinema brasileiro, enfatizando ser esse o “verdadeiro cinema novo”.

E pra mim é muito forte, também, a coisa da periferia, né, o que acontece é que o vídeo pra mim, ele é a ferramenta pra gente tá mostrando esse mundo que não tá sendo mostrado na grande mídia, que é tá mostrando os movimentos populares, né, que é a forma que eu acredito, pra tá mostrando quem não, quem não tem visibilidade nesse mundo de hoje [...] eu acho, pra mim, o novo cinema, né, teve o cinema novo, pra mim o ressurgimento do cinema, podemos dizer assim, pra mim não é nem o vídeo que vai ser feito, é, no Brasil inteiro, pra mim o novo cinema mesmo, é esse pessoal que não tem visibilidade, é o pessoal que tá na periferia da produção, que tá na periferia, não digo nem só espacial, mas a periferia do, da tecnologia, pra mim esse, esse é o meu sonho.

Seguindo o pensamento de Alberto, parece interessante trazer para a análise as aproximações que esse comunicador comunitário, oficinairo e produtor de audiovisual sugere em relação a outros intercessores – *rap* e *samba* –, em se tratando de pensar aos modos de intervir e inventar dos “periféricos” na cultura de nosso País.

E até tem uma palavra, assim, que eu uso, que eu digo, assim, acho que a classe média ela fica muito nos seus dramas existenciais, e a maior parte da produção cultural que a gente tem, é dedicado aos universos da classe média, os problemas da classe média, eu acho que pouco tem produzido a respeito dos dramas centrais do povo brasileiro mesmo, né, e o que tem é produzido sobre o ponto de vista de pessoas que não são do meio popular, assim, do meio popular, mais, é, com menores condições, menores condições de sobrevivência mesmo, eu acho que então esse, que o que aconteceu com o *rap* pode acontecer em breve com o audiovisual, essa revolução que o *samba* fez e que o *rap* faz hoje, né, eu acho que o audiovisual também pode fazer pelo menos é a minha utopia, né, e as pessoas que estão excluídas, elas mesmas falem delas, não outros falem delas.

### **Audiovisual comunitário: “Qual Cinema”**

Nesse estudo, observa-se o processo de criação audiovisual como o ato de criar o problema, em outras palavras, criar significa primeiramente o processo de determinar as condições. Ao analisar as proposições e a produção audiovisual - “Qual Cinema” – pode-se observar os modos como os jovens comunicadores comunitários foram

agenciando o desejo de singularizar. Nesse sentido, resgato a afirmação dos esquizoanalistas que, em se tratando das formações do desejo no campo social, advertem: “O desejo é sempre agenciado, ele é o que o agenciamento determina que ele seja” (DELEUZE; GUATTARI, 1996, p. 103).

Na produção audiovisual– Qual Cinema – encontra-se exercícios do olhar provocando deslocamentos de pontos de vista, seja no modo de configurar o bairro e seus moradores, ou ainda, na abordagem de temáticas, até então, reservadas aos especialistas, estudantes e profissionais. Alguns destes deslocamentos podem ser observados nos usos de diferentes fontes de informação (pessoas, dados contextuais, históricos, culturais etc.), razoável diversidade na escolha de atores e entrevistados, modos de compor planos distintos (e nem tanto) dentro e fora do bairro.

Observando, justamente, a composição e os deslocamentos de imagens e sonoridades chamaram a atenção os modos destes jovens comunicadores audiovisuais produzirem imagens e sonoridades de si e, respectivamente, modos de visibilizarem outros jovens que vivem e transitam pelas ruas, esquinas e praças entre outros multiversos materiais e simbólicos, no bairro.

Na análise audiovisual saltam aos olhos o uso do primeiro plano onde o rosto é visto como um acontecimento. No “Qual Cinema”, os rostos produzidos e produtores de agenciamentos múltiplos, ampliaram a visibilidade aos diferentes modos de devir criança, jovem, adulto, idoso, mulher, homem, negro, branco, entre outros. Editados de modo a compor transversalidades narrativas visuais e sonoras, sendo usada uma variação de planos, isto é, primeiríssimo (*big close-up* ou detalhe) e primeiro plano (*close-up*), como núcleo da ação dramática, sendo nesse utilizado também primeiro plano de perfil. Tais composições sugerem proposições como a referida no próprio título “Qual Cinema” e, ao mesmo tempo, problematizações em torno da questão: “o que é o cinema”.

Nesse questionamento interessam os conceitos de “planos de referência” vistos como identidade e os “planos da multiplicidade” como aspectos relacionados aos processos de produção de subjetividade. Nessa perspectiva, o rosto é visto como uma paisagem, não fixada na aceção de uma identidade<sup>15</sup>. Rosto compreendido como uma

---

<sup>15</sup> Na abertura do capítulo “Ano Zero – Rostidade”, no livro *Mil Platôs*, os esquizoanalistas expõem suas compreensões do rosto como um “sistema muro branco-buraco negro”. “O rosto não é um invólucro exterior àquele que fala, que pensa ou que sente” (DELEUZE e GUATTARI, 1996, p. 29).

paisagem fabricada segundo certo regime de subjetivação, uma tecnologia corporal, que segundo a esquizoanálise é produzido por uma “máquina abstrata de rosticidade” em detrimento das semióticas primitivas, heterogêneas – é o rosto do Homem branco. (DELEUZE; GUATTARI, 1996).

Nossa linguagem é a do ser, da identidade, linguagem dos contornos fixos, o que diz que um é homem, branco, ocidental. O particular se insere dentro desses universais na totalidade dos homens. “Homem”, “Branco”, “Ocidental” são rótulos pelos quais se capta o mundo, são os elementos de identificação de um sujeito. E, no entanto, nos dizem os autores, o importante é o que passa, é o que atravessa e o que muda. A lógica da vida não é uma lógica do ser senão do devir.

Na composição de rostos, ao proporem “Qual Cinema” e desejarem ‘outras visibilidades’ estas fazem emergir proposições como: “o que é o cinema” e, desse modo, se diferencia não pela exclusão, mas incluindo as diferenças, ou seja, assumindo o desafio de singularizar tomado no plano das multiplicidades.

Imagens e sonoridades de uma Restinga que, ao invés de contrapor e, mesmo, negar os padrões do rosto “homem, branco, ocidental”, trabalha na afirmação de práticas micropolíticas produzindo ‘visibilidades transversais’ como resistência as políticas de visibilidade midiática seletiva.

Diria, então, toda uma micropolítica do rosto. O rosto, ou melhor, como querem os produtores audiovisuais, a “cara” de uma Restinga devolvida ao rizoma material e imaterial que a constitui na composição de sua ecosofia (GUATTARI, 1995). A atual cara de seus moradores pode ser pensada em função dos territórios que eles criam incessantemente.

As ‘visibilidades transversais’ mostram as múltiplas forças que estão em vias de desfazer esse “Rosto humano, demasiado humano”, sem descuidar das estratégias para composições vindouras. Devires que ao serem, novamente, questionados: “E como tu imagina que seja o cinema pra ti?” Sintam-se instigados a imaginar, fazendo a passagem de respostas como: “Na verdade, eu nunca né entrei de que jeito eu vou imaginar” para inventar imagens e sonoridades singulares e, por isso, imprevisíveis.

### **Considerações Finais**

Na análise das narrativas e dos processos-produtos audiovisuais foi possível traçar alguns mapas de proposições em torno dos desejos e das qualidades dessas, até

então, denominadas ‘outras visibilidades’. Nesse exercício, foram evidenciadas distintas modalidades de visibilidades sendo, num primeiro momento, recortadas nas qualidades de ‘desejadas’ e ‘indesejadas’. Cortes esses que reconhecem nos distintos contornos as zonas de vizinhança, fronteiras permutáveis, enlaces e fugas, sem desenlaces. Agenciamentos sociais, comunicacionais e audiovisuais como processo-produto de visibilidades das juventudes, das periferias, das cidades, dos devires-mundo.

Visibilidade midiática (in)desejada, visibilidades dos ‘primeiros planos’, retratos de audiovisual, sem futuro, efêmera, romantizada, festiva, seletiva, (in)visibilidade humana e social, dos exóticos, marginais, criminosos, maloqueiros, da malandragem, dos excluídos, confinados, segregados. Visibilidades diferenciadas, ou ainda, ‘outras visibilidades’.

Visibilidades desejadas e indesejadas, pensando no desejo como produtor de mundos (DELEUZE, 2004) e, em algumas circunstâncias, referenciado nos sentidos da falta, desejo como carência (DELEUZE; GUATTARI, 1985). Além das ‘visibilidades indesejadas’ produzidas no entrecruzamento de forças (inclusive, midiáticas) na contemporaneidade, também não desejam as visibilidades que os fixam entre os vulneráveis que vivem em situação de risco (coitadinhos, vítimas, infratores, pobres, negros, etc.) redundante nos modos de conceber o social, sendo concretizados nos inúmeros projetos sociais propostos por políticas públicas e governamentais, bem como de outros setores da sociedade civil (ONG’s, associações, fundações, etc.). No entanto, também se constata narrativas e fazeres comunicacionais, midiáticos e audiovisuais que reproduzem modalidades de visibilidades (in)desejadas (os que foram ‘jogados’ na Restinga, os excluídos de toda ordem, os que convivem com as drogas, os invisíveis, os que não tem acesso ao trabalho, às tecnologias, à internet, ao cinema, etc.). Visibilidades ressentidas, vitimadas, acusatórias, culpabilizadoras, queixosas, reativas, etc.

Por outro lado, ao fazerem a “crítica-acusatória” (OLIVEIRA, 1997) dos tipos de visibilidade que os estigmatiza são levados, muitas vezes, a refletir sobre suas atitudes e in(ter)venções. Tais exercícios, quando levados de modo sistemático - como foi observado nas práticas de avaliação dos oficineiros audiovisuais – podem, no sentido de potência, instigar agenciamentos do desejo de intervir, inventar práticas micropolíticas de visibilidades comunicacionais e audiovisuais como resistência, no sentido que a esquizoanálise oferece ao termo.

Nessa perspectiva, resistir é criar ‘visibilidades de ativistas’ da comunicação comunitária, comunicadores, repórteres populares, locutores comunitários, “jornalistas mirins”, oficinairos de comunicação (nas temáticas de rádio, jornal, fanzine, vídeo, informática), ‘visibilidades de artistas’ – grafiteiros, dançarinos, músicos, teatros, produtores culturais, oficinairos e produtores de audiovisual, vídeo popular, cinema possível. ‘Visibilidades artistas-ativistas’ agenciando ‘visibilidades comunitárias’, e vice e versa. Visibilidades dos periféricos da produção, da tecnologia (mídias livres, software livre, linux).

Nesse estudo, os audiovisuais comunitários se apresentam como produto de agenciamento complexo de corpos, discursos e tecnologias, que produzem contornos e planos de visibilidades, ao mesmo tempo, que diluem fronteiras, molduras e referências ao investirem nos deslocamentos de pontos de vista, ofertando distintos modos de ‘audiovisualizar’ a periferia, seus moradores e os territórios existências juvenis.

### Referências Bibliográficas

- ABRAMO, H. W. **Cenas Juvenis** – punks e darks no espetáculo urbano. São Paulo: Scritta, 1994.
- CALVINO, I. **Seis Propostas para o Próximo Milênio**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990
- DELEUZE, G. **Deseo y Placer**. Tradução Barei. S. N. Alción Editora. Córdoba. Argentina. 2004.
- \_\_\_\_\_. **La imagen-tiempo**. Barcelona: Paidós, 1987.
- \_\_\_\_\_. GUATTARI, F. **Mil Platôs**. Capitalismo e Esquizofrenia. Traduzido por Ana Lúcia de Oliveira e Lúcia Cláudia Leão Rio de Janeiro: Editora 34, 1997. v. 2.
- \_\_\_\_\_. **Mil Platôs**. Capitalismo e Esquizofrenia. Traduzido por Aurélio Guerra Neto et alii. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996. v. 3
- DELEUZE, G. PARNET, C. **Diálogos**. São Paulo: Editora Escuta, 1998
- \_\_\_\_\_. **L’Abécédaire de Gilles Deleuze**. DVD7VÍdeo. Producido e Realizado por Pierre-André Boutang. Editions Montparnasse. 2004.
- DIÓGENES, G. **Cartografias da Cultura da Violência: gangues, galeras e o movimento hip hop**. São Paulo: Annablume, Fortaleza: Secretaria da Cultura e Desporto, 1998.
- GUATTARI, F. **As três ecologias**. Campinas: Papirus, 1995.
- GUATTARI, F.; ROLNIK, S. **Micropolítica: Cartografias do Desejo**. 4.ed. Petrópolis: Vozes, 1996
- MORIN, E. **Cultura de Massas no século XX – O Espírito do Tempo II**. NECROSE. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.
- PÁL PELBART, P. **Vida Capital**. Ensaio de biopolítica. São Paulo: Iluminuras. 2003.
- ROLNIK, S. **Cartografia Sentimental – Transformações Contemporâneas do Desejo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1989.
- \_\_\_\_\_. Um insólita viagem à subjetividade – Fronteirar com a ética e a Cultura. In: LINS, Daniel (org.). **Cultura e Subjetividade**. Saberes Nômades. Campinas: Papirus. 2002.