

TODAS AS ARTES

.....
REVISTA LUSO-BRASILEIRA DE ARTES E CULTURA
ALL THE ARTS LUSO-BRAZILIAN JOURNAL OF ART AND CULTURE



Vol. 5, N. 2, Mai.-Ago. 2022
ISSN 2184-3805
DOI: 10.21747/21843805/tav5n2



Os Caretos de Podence são provenientes da aldeia de Podence, no concelho de Macedo de Cavaleiros, em Trás-os-Montes, Portugal. Foram declarados Património Cultural Imaterial da Humanidade pela UNESCO a 12 de dezembro de 2019. Os Caretos de Podence saem à rua no Carnaval. São figuras mascaradas com fatos preenchidos com franjas de lã colorida, máscaras de lata ou couro e chocalhos à cintura. Os Caretos são conhecidos pelo seu comportamento performativo - **“as chocalhadas”** – junto das mulheres, um ato simbólico que remete para antigos rituais agrários e de fertilidade. Hoje, os Caretos, que visitam as casas de vizinhos e familiares, num ritual de convivalidade, são sobretudo emigrantes, compondo-se, por isso, o Entrudo Chocalheiro como uma circunstância fundamental da vida dos descendentes de Podence, reafirmando e reavivando uma identidade.

Caretos de Podence come from the village of Podence, in the municipality of Macedo de Cavaleiros, in Trás-os-Montes, Portugal. They were recognized as Intangible Cultural Heritage of Humanity by UNESCO on December 12, 2019. Caretos de Podence take to the streets at Carnival. They are masked figures wearing costumes filled with fringes of coloured wool, masks made of tin or leather and rattles around their waists. Caretos are known for their performative behaviour - 'the rattling' - with women, a symbolic act that refers to ancient agrarian and fertility rituals. Today, Caretos, who visit the homes of neighbours and relatives in a ritual of conviviality, are mainly emigrants, and so the Entrudo Chocalheiro (Rattle Carnival) is a fundamental circumstance in the lives of the descendants of Podence, reaffirming and reviving an identity.

EQUIPA EDITORIAL

DIREÇÃO

Paula Guerra, Faculdade de Letras e Instituto de Sociologia da Universidade do Porto, Portugal ■ Lígia Dabul, Universidade Federal Fluminense, Brasil

COMISSÃO EDITORIAL

Ana Oliveira, *Dinâmia'CET*, Instituto de Sociologia da Universidade do Porto, Portugal ■ Claudino Ferreira, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Centro de Estudos Sociais, Portugal ■ Cornelia Eckert, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil ■ Gláucia Villas Bôas, Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil ■ Glória Diógenes, Universidade Federal do Ceará, Brasil ■ Paula Abreu, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Centro de Estudos Sociais, Portugal

CONSELHO EDITORIAL

Alfonso Montuori, Transformative Inquiry Department, California Institute of Integral Studies, Estados Unidos da América ■ Ana Rosas Mantecón, Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, Mexico ■ Angélica Madeira, Universidade de Brasília, Brasil ■ Antoine Hennion, École Mines ParisTech, Centre de Sociologie de l'innovation, França ■ Armando Malheiro, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Portugal ■ Arturo Rodríguez Morató, Universitat de Barcelona, Espanha ■ Augusto Santos Silva, Faculdade de Economia e Instituto de Sociologia da Universidade do Porto, Portugal ■ Carles Feixa, Universitat Pompeu Fabra, Espanha ■ Carlos Fortuna, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Centro de Estudos Sociais, Portugal ■ Cláudia Oliveira, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Belas Artes, CITCEM, Brasil ■ Constance Devereaux, LEAP Institute for the Arts, Colorado State University, Estados Unidos da América ■ Diana Crane, University of Pennsylvania, Estados Unidos da América ■ Eduardo Jardim de Moraes, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil ■ Erik Hitters, Department of Media and Communication, Erasmus University of Rotterdam, Netherlands ■ Howard S. Becker, University of California, Santa Barbara Faculty, Estados Unidos da América ■ Irls Barreira, Universidade Federal do Ceará, Brasil ■ João Teixeira Lopes, Faculdade de Letras e Instituto de Sociologia da Universidade do Porto, Portugal ■ José Luís Casanova, Instituto Universitário de Lisboa (Iscte-Instituto Universitário de Lisboa), CIES – Centro de Investigação e Estudos em Sociologia, Portugal ■ José Machado Pais, Instituto de Ciências Sociais, Universidade

CONTACTOS

WEBSITES

<http://ojs.letras.up.pt/index.php/taa>
<http://todasartes.pt>

CONTACTO PRINCIPAL

Email: todasartes.journal@gmail.com

CONTACTO PARA SUPORTE TÉCNICO

Email: todasartes.journal@gmail.com

de Lisboa, Portugal ■ Lilia Mortiz Schwartz, Universidade de São Paulo, Brasil ■ Marcelo Ridenti, Universidade de Campinas, Brasil ■ Maria Antonietta Trasforini, Università degli Studi di Ferrara, Itália ■ Maria Hirviljäs, Foundation of Cultural Policy Research Cupore, Finlândia ■ Marie Buscatto, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, França ■ Maria Lucia Bueno, Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil ■ Pedro Costa, Iscte-Instituto Universitário de Lisboa e *Dinâmia'CET*, Portugal ■ Ricardo Campos, FCSH-UNL e CICS.NOVA, Portugal ■ Roberta Shapiro, EHES-Ecole des hautes études en sciences sociales, França ■ Sacha Kagan, Institute of Sociology and Cultural Organisation, Leuphana University Lueneburg, Alemanha ■ Sari Karttunen, Finnish Foundation for Cultural Policy Research, Finlândia ■ Sergio Miceli, Universidade de São Paulo, Brasil ■ Tia DeNora, Department of Sociology, Philosophy and Anthropology, University of Exeter, Reino Unido ■ Tom Artiss, University of Cambridge, Almeida Theatre, Reino Unido ■ Victoria D. Alexander, Goldsmiths, University of London, Reino Unido ■ Volker Kirchberg, Institute of Sociology and Cultural Organisation, Leuphana University Lueneburg, Alemanha ■ Will Straw, Department of Art History and Communications Studies McGill University, Canadá

EDITORES EXECUTIVOS

Ana Oliveira, *Dinâmia'CET*, Instituto de Sociologia da Universidade do Porto, Portugal ■ Henrique Grimaldi Figueredo, Universidade Estadual de Campinas, Brasil ■ Mariana Selas, Biblioteca da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Portugal ■ Sofia Sousa, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Portugal

ASSISTENTES EDITORIAIS

Maurício Hoelz Veiga Júnior, Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil ■ Tânia Moreira, Instituto de Sociologia da Universidade do Porto, Portugal

COMPOSIÇÃO, ARTWORK E DESIGN

Esgar Acelerado ■ Rui Silva ■ Tânia Moreira, Instituto de Sociologia da Universidade do Porto, Portugal

EDITORA E LOCAL DE EDIÇÃO

Faculdade de Letras da Universidade do Porto
Via Panorâmica, s/n,
4150-564 — Porto, PORTUGAL

APOIO

Reitoria da Universidade do Porto. Santander Universidade.

ENDEREÇO POSTAL

Faculdade de Letras da Universidade do Porto
Prof. Paula Guerra, Torre B, Cacifo 187
Via Panorâmica, s/n
4150-564 — Porto, PORTUGAL

EDITORIAL TEAM

DIRECTION

Paula Guerra, Faculty of Arts and Humanities and Institute of Sociology of the University of Porto, Portugal ■ Lígia Dabul, Federal University Fluminense, Brazil

EDITORIAL COMMITTEE

Ana Oliveira, Dinâmia'CET, Institute of Sociology of the University of Porto, Portugal ■ Claudino Ferreira, Faculty of Economics, University of Coimbra, Center for Social Studies, Portugal ■ Cornelia Eckert, Federal University of Rio Grande do Sul, Brazil ■ Gláucia Villas Bôas, Graduate Program in Sociology and Anthropology, Federal University of Rio de Janeiro, Brazil ■ Glória Diógenes, Federal University of Ceará, Brazil ■ Paula Abreu, Faculty of Economics, University of Coimbra, Center for Social Studies, Portugal

EDITORIAL BOARD

Alfonso Montuori, Transformative Inquiry Department, California Institute of Integral Studies, USA ■ Ana Rosas Mantecón, Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, Mexico ■ Angélica Madeira, University of Brasília, Brazil ■ Antoine Hennion, École Mines ParisTech, Centre de Sociologie de l'innovation, France ■ Armando Malheiro, Faculty of Arts and Humanities of the University of Porto, Portugal ■ Arturo Rodríguez Morató, Universitat de Barcelona, Spain ■ Augusto Santos Silva, Faculty of Economics and Institute of Sociology, University of Porto, Portugal ■ Carles Feixa, Universitat Pompeu Fabra, Spain ■ Carlos Fortuna, Faculty of Economics, University of Coimbra, Center for Social Studies, Portugal ■ Cláudia Oliveira, Federal University of Rio de Janeiro, School of Fine Arts, CITCEM, Brazil ■ Constance Devereaux, LEAP Institute for the Arts, Colorado State University, USA ■ Diana Crane, University of Pennsylvania, USA ■ Eduardo Jardim de Moraes, Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro, Brazil ■ Erik Hitters, Department of Media and Communication, Erasmus University of Rotterdam, Netherlands ■ Howard S. Becker, University of California, Santa Barbara Faculty, USA ■ Irllys Barreira, Federal University of Ceará, Brazil ■ João Teixeira Lopes, Faculty of Arts and Humanities of the University of Porto, Portugal ■ José Luís Casanova, University Institute of Lisbon (Iscte-University Institute of Lisbon), CIES – Centre for Research and Studies in Sociology, Portugal ■ José Machado Pais, Institute of Social Sciences, University of Lisbon, Portugal ■ Lília Mortiz Schwartz, University of São Paulo, Brazil ■ Marcelo Ridenti, University of Campinas, Brazil ■ Maria

CONTACTS

WEBSITES

<http://ojs.letras.up.pt/index.php/taa>
<http://todasartes.pt>

MAIN CONTACT

Email: todasartes.journal@gmail.com

TECHNICAL SUPPORT CONTACT

Email: todasartes.journal@gmail.com

Antonietta Trasforini, Università degli Studi di Ferrara, Italy ■ Maria Hirviljäs, Foundation of Cultural Policy Research Cupore, Finland ■ Marie Buscatto, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, France ■ Maria Lucia Bueno, Federal University of Juiz de Fora, Brazil ■ Pedro Costa, Iscte-University Institute of Lisbon and Dinâmia'CET, Portugal ■ Ricardo Campos, FCSH-UNL and CICS.NOVA, Portugal ■ Roberta Shapiro, EHESS-Ecole des hautes études en sciences sociales, France ■ Sacha Kagan, Institute of Sociology and Cultural Organisation, Leuphana University Lueneburg, Germany ■ Sari Karttunen, Finnish Foundation for Cultural Policy Research, Finland ■ Sergio Miceli, University of São Paulo, Brazil ■ Tia DeNora, Department of Sociology, Philosophy and Anthropology, University of Exeter, United Kingdom ■ Tom Artiss, University of Cambridge, Almeida Theatre, United Kingdom ■ Victoria D. Alexander, Goldsmiths, University of London, United Kingdom ■ Volker Kirchberg, Institute of Sociology and Cultural Organisation, Leuphana University Lueneburg, Germany ■ Will Straw, Department of Art History and Communications Studies McGill University, Canada

EXECUTIVE EDITORS

Ana Oliveira, Dinâmia'CET, Institute of Sociology of the University of Porto, Portugal ■ Henrique Grimaldi Figueredo, State University of Campinas, Brazil ■ Mariana Selas, Library of the Faculty of Arts and Humanities of the University of Porto, Portugal ■ Sofia Sousa, Faculty of Arts and Humanities of the University of Porto, Portugal

EDITORIAL ASSISTANTS

Mauricio Hoelz Veiga Júnior, Graduate Program in Sociology and Anthropology of the Federal University of Rio de Janeiro, Brazil ■ Tânia Moreira, Institute of Sociology of the University of Porto, Portugal

COMPOSITION, ARTWORK AND DESIGN

Esgar Acelerado ■ Rui Silva ■ Tânia Moreira, Institute of Sociology of the University of Porto, Portugal

PUBLISHER AND PLACE OF PUBLICATION

Faculty of Arts and Humanities of the University of Porto
Via Panorâmica, s/n,
4150-564 — Porto, PORTUGAL

SUPPORT

Rectory of the University of Porto. Santander University.

POSTAL ADDRESS

Faculdade de Letras da Universidade do Porto
Prof. Paula Guerra, Torre B, Cacifo 187
Via Panorâmica, s/n
4150-564 — Porto, PORTUGAL

PARCERISTAS 2021

Ana Martins, Universidade do Porto, Faculdade de Letras, Instituto de Sociologia, Portugal ■ Ana Oliveira, *Dinâmia*'CET - Iscte, CITCEM, Portugal ■ Cláudia de Oliveira, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Belas Artes, CITCEM, Brasil ■ Cornelia Eckert, Programa de Pós-graduação em Antropologia Social na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil ■ Emília Simão, Universidade Portucalense, CITCEM, Portugal ■ Frederico Dinis, Universidade Católica Portuguesa, CITER - Research Centre for Theology and Religious Studies, Portugal ■ Gláucia Villas Bôas, Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil ■ Henrique Grimaldi Figueredo, Universidade Estadual de Campinas, Brasil ■ Luís Carlos S. Branco, Universidade de Aveiro, Departamento de Línguas e Culturas, Portugal ■ Maria Cláudia Bonadio, Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens da Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil ■ Maria Lucia Bueno, Programas de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens e Ciências

Sociais da Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil ■ Micael Herschmann, Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil ■ Paula Abreu, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Centro de Estudos Sociais, Portugal ■ Paulo Nunes, Universidade Federal de Itajubá, Brasil ■ Renata Oliveira Caetano, Universidade Federal de Juiz de Fora, Programa de Pós-Graduação em História, Colégio de Aplicação João XXIII, Brasil ■ Robin Kuchar, Leuphana Universität Lüneburg, CITCEM, Alemanha ■ Sabrina Parracho Sant'Anna, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Departamento de Ciências Sociais, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Brasil ■ Sofia Sousa, Universidade do Porto, Faculdade de Letras, Instituto de Sociologia, Portugal ■ Susana de Noronha, Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, Portugal ■ Susana Januário, Universidade do Porto, Faculdade de Letras, Instituto de Sociologia, Portugal

REVIEWERS 2021

Ana Martins, University of Porto, Faculty of Arts and Humanities, Institute of Sociology, Portugal ■ Ana Oliveira, *Dinâmia*'CET - Iscte, CITCEM, Portugal ■ Cláudia de Oliveira, Federal University of Rio de Janeiro, School of Fine Arts, CITCEM, Brasil ■ Cornelia Eckert, Postgraduate programme in Social Anthropology at the Federal University of Rio Grande do Sul, Brasil ■ Emília Simão, Portucalense University, CITCEM, Portugal ■ Frederico Dinis, Portuguese Catholic University, CITER - Research Centre for Theology and Religious Studies, Portugal ■ Gláucia Villas Bôas, Graduate Program in Sociology and Anthropology, Federal University of Rio de Janeiro, Brasil ■ Henrique Grimaldi Figueredo, State University of Campinas, Brasil ■ Luís Carlos S. Branco, University of Aveiro, Department of Languages and Cultures, Portugal ■ Maria Cláudia Bonadio, Postgraduate Program in Arts, Culture and Languages, Federal University of Juiz de Fora, Brasil ■ Maria Lucia Bueno, Postgraduate Programmes in Arts, Culture and

Languages and Social Sciences, Federal University of Juiz de Fora, Brasil ■ Micael Herschmann, Postgraduate Programme in Communication, Federal University of Rio de Janeiro, Brasil ■ Paula Abreu, Faculty of Economics of the University of Coimbra, Centre for Social Studies, Portugal ■ Paulo Nunes, Federal University of Itajubá, Brasil ■ Renata Oliveira Caetano, Federal University of Juiz de Fora, Postgraduate Program in History, João XXIII College of Application, Brazil ■ Robin Kuchar, Leuphana University of Lüneburg, CITCEM, Germany ■ Sabrina Parracho Sant'Anna, Federal Rural University of Rio de Janeiro, Social Sciences Department, Postgraduate Programme in Social Sciences, Brazil ■ Sofia Sousa, University of Porto, Faculty of Arts and Humanities, Institute of Sociology, Portugal ■ Susana de Noronha, Centre for Social Studies at the University of Coimbra, Portugal ■ Susana Januário, University of Porto, Faculty of Arts and Humanities, Institute of Sociology, Portugal

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO

O corpo como um campo polissémico	4
Paula Guerra e Lígia Dabul	4

ARTIGOS

Conscious eco-consumers or mainstream <i>fashionistas</i> ? The perception of barriers to the ethical consumption of fashion consumer groups	10
Julianna Faludi	10
Rewatching <i>aguirre</i> , the wrath of God: athleticism, cine-trance and the legacy of Werner Herzog's anti-ethnographic 'cosmic' ethnography	32
Nico Psaltidis	32
A música movimenta a cultura e inspira a lusofonia: pelo interior de Cabo Verde ao (re)encontro de Portugal	49
Catarina da Silva e Paula Guerra	49
Nerdcore não é só para <i>nerds</i> . Uma reflexão sociológica sobre o nerdcore music contemporâneo	73
Paulo Sousa	73
Música liminar e memórias de um futuro passado: uma análise sociológica do <i>lo-fi</i> e <i>vaporwave</i>	92
Rodrigo Serra Diogo	92

REGISTOS DE PESQUISA

Corpo transformado	112
Jorge de Carvalho	112
Hacking les systèmes: une conversation avec Marc-Antoine Léval	133
Henrique Grimaldi Figueredo	133

SUMMARY

PRESENTATION

Bodies as a polysemic field	4
Paula Guerra and Lígia Dabul	4

ARTICLES

Conscious eco-consumers or mainstream <i>fashionistas</i> ? The perception of barriers to the ethical consumption of fashion consumer groups	10
Julianna Faludi	10

Rewatching <i>aguirre, the wrath of God</i> : athleticism, cine-trance and the legacy of Werner Herzog's anti-ethnographic 'cosmic' ethnography.....	32
Nico Psaltidis	32

Music moves culture and inspires lusophony: from the interior of Cape Verde to the (re)encounter with Portugal	49
Catarina da Silva and Paula Guerra	49

Nerdcore is not just for nerds. A sociological reflection on contemporary nerdcore music	73
Paulo Sousa	73

Limininal music and memories of a past future: a sociological analysis of lo-fi and <u>vaporwave</u>	92
Rodrigo Serra Diogo	92

RESEARCH RECORDS

Transformed body	112
Jorge de Carvalho	112

Hacking the systems: a conversation with Marc-Antoine Léval	133
Henrique Grimaldi Figueredo	133

O CORPO COMO UM CAMPO POLISSÊMICO

BODIES AS A POLYSEMIC FIELD

LE CORPS COMME CHAMP POLYSÉMIQUE

EL CUERPO COMO CAMPO POLISÉMICO

Paula Guerra

Universidade do Porto, Faculdade de Letras e Instituto de Sociologia, CITCEM, CEGOT, Dinâmia'CET, Griffith Centre for Cultural Research, Porto, Portugal

Lígia Dabul

Universidade Federal Fluminense, Programa de Pós-Graduação em Estudos Contemporâneos das Artes da e do Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Rio de Janeiro, Brasil

O corpo, enquanto objeto, expressão e materialidade física, temporal e simbólica, nunca assumiu tamanha importância nas investigações contemporâneas. Assim, não é de surpreender o facto de o mesmo se arrogar como pedra de toque deste Volume. O corpo, seus movimentos, artefactos, estéticas, sons. Na verdade, temos patentes inúmeras ideias, perspectivas e visões que têm como ponto de partida – ou ponto de chegada – o corpo. Esta materialidade e extensão das sociedades contemporâneas espelha-se na música, na moda, no cinema; enfim, na prática, na vivência e na relação com os *outros*.

Se pensarmos no caso específico da música, Tanaka e Donnarumma (2019) referem que a criação artística musical pressupõe o uso do corpo físico como um elemento determinante, uma vez que o mesmo se relaciona diretamente com a produção do som. Tia de Nora (1999) falava da tecnologia do *self*. Por outro lado, a música pode ser vista como um elemento artístico que visa a conjugação de vários corpos, nomeadamente o corpo do artista -performance, mas similarmente o corpo do público que se move e manifesta em relação ao som e à performance do artista. Assim, podemos arguir que o corpo em geral, e a noção de corporalidade em específico, revelam características da música e da criação musical que vão para além da audição. Os contributos de Cusick (1994) afirmam-se como paradigmáticos, uma vez que esta autora defende que uma teoria musical incorporada [*embodied*], deve reconhecer a forma como os corpos medeiam a música. Dito de outro modo, a música carece de corpos que a encenem.



Figura 1: Os corpos encontram-se na cidade, Tbilisi junho de 2022

Fonte: Paula Guerra.

Concomitantemente, enunciamos que o corpo é um lugar de sentido (Guerra, 2017), mas também de histórias e, paralelamente, funciona como um suporte às identidades que são socialmente construídas, podendo aqui ser dado como exemplo as lógicas de consumo, a moda (Guerra, 2022) e outros modos de apresentação de si. É aqui que ingressa vivamente a problemática da polissemia no espectro dos espaços socialmente construídos e apropriados. Em consonância, autores como Le Breton (2004) descrevem o corpo como um *alter ego* que se encontra constantemente disponível e aberto a mudanças. Para Paulo Cunha e Silva (1999: 25), falar do corpo implica falar de todos os fragmentos que o compõe “sem receio de se ser insuficiente ou incompleto”. Deste modo, Ferreira (2013), ao afirmar que o corpo possui uma dimensão social, está a abrir o leque de possibilidades face às realidades simbólicas que podem ser a ele associadas: comportamentos, desejos, preferências, estéticas, consumos, entre outros. Neste caso, à sociologia e às ciências sociais o corpo sempre se assumiu como interessante, até porque representa várias dicotomias sociais, tais como a noção de alteridade, a relação com o meio e a relação com o *self*. Mais, na atualidade, podemos ainda falar de ideias como a de transcorporeidade (Hochman, 1998), isto é, uma lógica de reconceção radical da humanidade como sendo animalesca e que, além de se basear em pressupostos evolutivos ambientais, tem como foco estruturas políticas e sociais.

Na senda de Louro (2004), os corpos podem ser entendidos como o resultado daquilo que eles representam dentro de determinada cultura. Voltando a Le Breton (2004), podemos idênticamente exprimir que é através do corpo que os indivíduos

se apropriam da vida social e, mais ainda, é também através dos corpos físicos que os indivíduos transmitem e traduzem as suas experiências face a outros corpos (Pussetti, 2013), servindo de sistemas simbólicos que funcionam como uma forma de linguagem. Para Santos (2020: 42), “o corpo surge como uma espécie de rascunho que é feito e refeito pela sociedade”.

Nestas considerações cabem os artigos que integram este Volume, uma vez que, do nosso ponto de vista, os mesmos se articulam com a ideia de Santos (2020) de que os corpos são um rascunho da sociedade. O primeiro artigo é de Julianna Faludi e intitula-se “Conscious eco-consumers or mainstream fashionistas? The perception of barriers to the ethical consumption of fashion consumer groups”. Como é sabido, a moda é um dos principais rascunhos da sociedade nos corpos, estando num constante processo de reinvenção. Logo, neste artigo, Julianna deseja posicionar as práticas de compra dos consumidores de moda num espectro de preocupações éticas, ao passo que identifica cinco segmentos de grupos de consumidores de moda com base na orientação para a moda, preocupações de sustentabilidade, frugalidade e laços emocionais. Este artigo investiga a potencial segmentação dos grupos de consumidores de moda para compreender a ligação por detrás da orientação para a moda e da consciência ecológica nas decisões de compra.

O segundo artigo pertence a Nico Psaltidis e tem como título “Rewatching Aguirre, The Wrath of God: A thleticism, Cine-Trance and the Legacy of Werner Herzog’s anti-ethnographic ‘cosmic’ ethnography”. Estes corpos de Nico levam-nos para o campo dos corpos visualmente representados. O autor discute o legado do filme de Werner Herzog *Aguirre, The Wrath of God*, de 1972, por ocasião do cinquentenário do seu lançamento. Sendo o primeiro de três filmes épicos da história em que Herzog explora o encontro entre o homem ocidental e o *Outro*, Aguirre abre um confronto com um conjunto de práticas cinematográficas que poderiam ser definidas como ‘etnográficas’ e que, acrescentámos nós, se assumem como modos de representação e de apropriação dos corpos em ação e das lutas simbólicas que nos levam para o conceito de alteridade.

Catarina da Silva e Paula Guerra, com o artigo “A música movimenta a cultura e inspira a lusofonia: pelo interior de Cabo Verde ao (re)encontro de Portugal”, presenteiam-nos com a ideia do corpo (de)colonizado, mas também a noção de corpos em ação. As autoras partem da ideia do nascimento de uma cena crioula em Portugal acompanhada de ritmos sustentados na morna, no batuque, na coladeira e no funaná nos quais, novos semblantes musicais vêm movimentar o corpo e colorir a pele. Estas esferas, estabelecidas a partir de Cabo Verde, direcionam e futuram Lisboa – e seus corpos - como nova, ousada, ativa e próxima de África que, cantada a partir de diversas latitudes, aventura o reencontro de discursos, fluxos e raízes.

Posteriormente, o artigo de Paulo Sousa justamente denominado “Nerdcore não é só para nerds. Uma reflexão sociológica sobre o *nerdcore music contemporâneo*” encaminha-nos para o imaginário dos corpos moldados. Aqui, a ideia de corpo como *alter ego* (Le Breton, 2004), assume-se como determinante. O autor procura realizar um rastreamento de alguns dos temas explorados em torno da cultura *geek* e da sua vastidão, no que toca à dimensão das cenas musicais dentro deste domínio, com o intuito de demonstrar que existe um vazio que merece ser preenchido e, nesse âmbito, o *nerdcore* vislumbra-se como um movimento cultural que teve extensões para uma cena musical específica, que visa o inter-relacionamento de corpos em ação.

Por fim, na secção dos artigos deste número temático, apresentámos os contributos de Rodrigo Serra Diogo em torno do artigo “Música liminar e memórias de um futuro passado: uma análise sociológica do lo-fi e vaporwave”. Neste artigo, os corpos arrogam-se *tecnologizados* e concertantes do futuro das sociedades contemporâneas futuristas. Este artigo debruça-se sobre as cenas musicais do *lo-fi* e do *vaporwave* através de uma abordagem sociológica; abordagem essa que parte de uma contextualização histórica e cultural do surgimento de ambos os géneros musicais. Paralelamente, o autor propõe uma análise das suas manifestações nos espaços digitais.

Avançando e descrevendo os registos de pesquisa, começamos por Jorge de Carvalho, cujo busílis analítico assenta no “Corpo transformado” visual e cinematograficamente. O autor recorre à imagem científica, que transforma o corpo que vemos pelos nossos olhos, sem tecnologia, num outro corpo. Um corpo imagético, apenas visível tecnologicamente e, desse modo, estabelece uma análise em torno da geografia do corpo que é ilustrada num antigo filme em sucessivos planos de pormenor, e outros três documentários com corpos transformados de animais. O corpo (co)modificado assume-se como pedra de toque. Trata-se da apresentação de um programa de cinema experimental e documental em torno dos corpos polissémicos.

O último registo de pesquisa é da autoria de Henrique Grimaldi Figueredo e designa-se como “Hacking Les Systèmes: Une Conversation Avec Marc-Antoine Léval”. Aqui, o corpo artístico e o corpo como objeto da arte são temas cruciais. Nessa reflexão e entrevista com o artista francês, Marc-Antoine Léval, o autor aborda questões como o hackeamento dos circuitos artísticos, a imaterialidade da arte e um certo “artivismo” como modo de sobrevivência no campo cultural da contemporaneidade.

Porto e Rio de Janeiro, novembro de 2022.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cusick, S. (1994). Feminist Theory, Music Theory, and the Mind/Body Problem. *Perspectives of New Music*, 31(1), 8-27.
- DeNora, Tia (1999). Music as a technology of the self. *Poetics*, 27, 31-56.
- Ferreira, V.S. (2013). Resgates sociológicos do corpo. Esboço de um percurso concetual. *Análise Social*, 48 (208), 494-528.
- Guerra, P. (2022). Teenagers From Outer Space: Contributos para uma genealogia dos fios que teceram a moda e o do-it-yourself em Portugal. *dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda*, 34, 19-63.
- Guerra, P. (2017). *Corpo, historicidade e Moderna Teoria Social*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Hochman, J. (1998). *Green Cultural Studies: Nature in Film, Novel, and Theory*. Moscow: University of Idaho Press
- Le Breton, D. (2004). *Adeus ao Corpo: antropologia e sociedade*. Campinas: Papirus.
- Louro, G.L. (2004). *Um corpo estranho: ensaios sobre sexualidade e teoria queer*. Belo Horizonte: Autêntica.
- Pussetti, C. (2013). “Woundscape”: Sofrimento e Criatividade nas Margens. Diálogos entre Antropologia e Arte. *Cadernos de Arte e antropologia*, 1, 9-23.
- Santos, M.R. (2020). Objeto de Desejo, corpo abjeto: Rumo a um Corpo Decolonial na Experiência Transexual. *Abriu*, 9, 39-56.
- Silva, P.C. (1999). *O Lugar do Corpo. Elementos para uma Cartografia Fractal*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Tanaka, A. & Donnarumma, M. (2020). The Body as Musical Instrument. In Y. Kim & Gilman, S.L. (eds.). *Music and the Body* (79-98). Oxford: Oxford University Press.

Paula Guerra. Doutora em sociologia. Professora de sociologia da Faculdade de Letras e investigadora do Instituto de Sociologia da Universidade do Porto. Professora adjunta no Griffith Center for Social and Cultural Studies na Austrália. Investigadora colaboradora no Centro de Investigação Transdisciplinar «Cultura, Espaço e Memória», no Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território e no DINÂMIA'CET-IUL - Centre for Socioeconomic Change and Territorial Studies, Portugal. Co-fundadora e editora-chefe (com Andy Bennett) do Journal da SAGE: *DIY, Alternative Culture & Society*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Via Panorâmica, s/n, 4150-564 Porto, Portugal. E-mail: pguerra@letras.up.pt. ORCID: 0000-0003-2377-8045.

Lígia Dabul. Doutora em sociologia. Professora colaboradora dos Programas de Pós-Graduação em Sociologia e em Estudos Contemporâneos das Artes da Universidade Federal Fluminense. Coordenadora do Nectar/UFF – Núcleo de Estudos Cidadania, Trabalho e Arte da Universidade Federal Fluminense. Poeta. Universidade Federal Fluminense, R. Miguel de Frias, 9 - Icaraí, Niterói - RJ, 24220-900, Brasil. E-mail: ligia.dabul@gmail.com. ORCID: 0000-0002-6224-9720.

Citação:

Guerra, Paula & Dabul, Lígia (2022). O corpo como um campo polissêmico. *Todas as Artes. Revista Luso-brasileira de Artes e Cultura*, 5(2), pp. 4-8. ISSN 2184-3805. DOI: 10.21747/21843805/tav5n2apr

ARTIGOS



CONSCIOUS ECO-CONSUMERS OR MAINSTREAM FASHIONISTAS? THE PERCEPTION OF BARRIERS TO THE ETHICAL CONSUMPTION OF FASHION CONSUMER GROUPS

ECO-CONSUMIDORES CONSCIENTES OU *FASHIONISTAS* MAINSTREAM? A PERCEÇÃO DOS OBSTÁCULOS AO CONSUMO ÉTICO DOS GRUPOS DE CONSUMIDORES DE MODA

ÉCO-CONSOMMATEURS CONSCIENTS OU *FASHIONISTAS MAINSTREAM*? LA PERCEPTION DES OBSTACLES À LA CONSOMMATION ÉTHIQUE DES GROUPES DE CONSOMMATEURS DE MODE

¿CONSUMIDORES ECOLÓGICOS CONCIENCIADOS O *FASHIONISTAS CONVENCIONALES*? LA PERCEPCIÓN DE LOS OBSTÁCULOS AL CONSUMO ÉTICO DE LOS GRUPOS DE CONSUMIDORES DE MODA

Julianna Faludi

Corvinus University, Budapest, Hungary

ABSTRACT: Fashion consumers engage with the environment in line with changing styles, while their clothing purchase strategies range from necessity or experience-shopping to sustainability-driven choices. The inconsistent attitudes and behaviours of such consumers points to the complexity of purchasing decisions. To position fashion-consumers' shopping practices on a spectrum of ethical concerns, this study identifies five segments of fashion consumer groups based on fashion-orientation, sustainability concerns, frugality, and emotional ties. This study investigates the potential segmentation of fashion-consumer groups to understand the connection behind fashion-orientation and eco-consciousness in purchasing decisions. This study confirms that the **'environment is trendy,' especially for the majority** of segments identified among the concerned and conscious groups. The most suitable target group for ethical and sustainable brands and online shopping are the conscious trendy. This segment has a negative relation to frugality, and the highest commitment to and awareness. This study found that the most pro-environmentally and ethically committed segment is not interested in fashion and displays no affection for clothes. Ethical, slow, eco-conscious, second-hand, and vintage may all constitute a growing market, as new forms of consumption patterns may involve seeking to invest in timeless and circular models. To this end, awareness-raising, co-creation, and communication should be targeted at different segments. This study sheds light on the attitude-behavior gap based on the perceived barriers to ethical consumption of the different fashion-consumer segments, while provides strategic recommendations on how these segments could be achieved through social media in various forms. **Keywords:** fashion marketing; ethical consumption; consumer groups; pro-environmental behavior; frugality.

RESUMO: Os consumidores de moda comprometem-se com o ambiente em linha com a mudança de estilos, enquanto as suas estratégias de compra de vestuário vão desde a necessidade ou experiência de compra até às escolhas orientadas para a sustentabilidade. As atitudes e comportamentos inconsistentes de tais consumidores apontam para a complexidade das decisões de compra. Para posicionar as práticas de compra dos consumidores de moda num espectro de preocupações éticas, este estudo identifica cinco segmentos de grupos de consumidores de moda com base na orientação para a moda, preocupações de sustentabilidade, frugalidade, e laços emocionais. Este artigo investiga a potencial segmentação dos grupos de consumidores de moda para compreender a ligação por detrás da orientação para a moda e da consciência ecológica nas decisões de compra. Este estudo confirma que o **'ambiente está na moda'**, especialmente para a maioria dos segmentos identificados entre os grupos interessados e conscientes. O grupo-alvo mais adequado para marcas éticas e sustentáveis e para compras em linha é a tendência consciente. Este

segmento tem uma relação negativa com a frugalidade, e o maior compromisso e consciencialização. Este estudo descobriu que o segmento mais pró-ambiental e eticamente empenhado não está interessado na moda e não demonstra qualquer afeto pelo vestuário. Ético, lento, eco-consciente, em segunda mão, e vintage podem constituir um mercado em crescimento, uma vez que novas formas de padrões de consumo podem envolver a procura de investir em modelos intemporais e circulares. Para o efeito, a sensibilização, a cocriação e a comunicação devem ser dirigidas a diferentes segmentos. Este estudo lança luz sobre a diferença de atitude-comportamento baseada na perceção das barreiras ao consumo ético dos diferentes segmentos de consumidores de moda, enquanto fornece recomendações estratégicas sobre como estes segmentos poderiam ser alcançados através das redes sociais sob várias formas.

Palavras-chave: marketing de moda; consumo ético; grupos de consumidores; comportamento pró-ambiental; frugalidade.

RÉSUMÉ: Les consommateurs de mode s'engagent dans l'environnement en fonction de l'évolution des styles, tandis que leurs stratégies d'achat de vêtements vont de l'achat par nécessité ou par expérience à des choix axés sur la durabilité. Les attitudes et comportements incohérents de ces consommateurs soulignent la complexité des décisions d'achat. Pour positionner les pratiques d'achat des consommateurs de mode sur un spectre de préoccupations éthiques, cette étude identifie cinq segments de groupes de consommateurs de mode basés sur l'orientation mode, les préoccupations de durabilité, la frugalité et les liens émotionnels. Cette étude examine la segmentation potentielle des groupes de consommateurs de mode afin de comprendre le lien entre l'orientation de la mode et la conscience écologique dans les décisions d'achat. Cette étude confirme que "l'environnement est à la mode", en particulier pour la majorité des segments identifiés parmi les groupes concernés et conscients. Le groupe cible le plus approprié pour les marques et les achats en ligne éthiques et durables est celui des branchés conscients. Ce segment a une relation négative avec la frugalité, et l'engagement et la sensibilisation les plus élevés. Cette étude a révélé que le segment le plus pro-environnemental et le plus engagé sur le plan éthique n'est pas intéressé par la mode et ne montre aucune affection pour les vêtements. Les produits éthiques, lents, éco-conscients, d'occasion et vintage peuvent tous constituer un marché en croissance, car les nouvelles formes de consommation peuvent impliquer de chercher à investir dans des modèles intemporels et circulaires. À cette fin, la sensibilisation, la co-création et la communication devraient être ciblées sur différents segments. Cette étude met en lumière l'écart entre les attitudes et les comportements en fonction des obstacles perçus à la consommation éthique des différents segments de consommateurs de mode, tout en fournissant des recommandations stratégiques sur la façon dont ces segments pourraient être atteints par le biais des médias sociaux sous diverses formes.

Mots-clés: marketing de la mode; consommation éthique; groupes de consommateurs; comportement pro-environnemental; frugalité.

RESUMEN: Los consumidores de moda se comprometen con el medio ambiente en consonancia con los cambios de estilo, mientras que sus estrategias de compra de ropa van desde la compra por necesidad o por experiencia hasta las opciones basadas en la sostenibilidad. Las actitudes y comportamientos incoherentes de estos consumidores ponen de manifiesto la complejidad de las decisiones de compra. Para situar las prácticas de compra de los consumidores de moda en un espectro de preocupaciones éticas, este estudio identifica cinco segmentos de grupos de consumidores de moda basados en la orientación hacia la moda, las preocupaciones por la sostenibilidad, la frugalidad y los vínculos emocionales. Este estudio investiga la segmentación potencial de los grupos de consumidores de moda para comprender la conexión que existe entre la orientación hacia la moda y la conciencia ecológica en las decisiones de compra. Este estudio confirma que "el medio ambiente está de moda", especialmente para la mayoría de los segmentos identificados entre los grupos preocupados y concienciados. El grupo objetivo más adecuado para las marcas éticas y sostenibles y las compras en línea son los "trendy" conscientes. Este segmento tiene una relación negativa con la frugalidad, y el mayor compromiso y concienciación. Según este estudio, el segmento más comprometido con el medio ambiente y la ética no está interesado en la moda y no muestra afecto por la ropa. Los productos éticos, lentos, ecoconscientes, de segunda mano y vintage pueden constituir un mercado en crecimiento, ya que las nuevas formas de consumo pueden implicar la búsqueda de inversión en modelos atemporales y circulares. Para ello, la sensibilización, la cocreación y la comunicación deben dirigirse a diferentes segmentos. Este estudio arroja luz sobre la brecha actitud-comportamiento basada en las barreras percibidas hacia el consumo ético de los diferentes segmentos de consumidores de moda, al tiempo que proporciona recomendaciones estratégicas sobre cómo se podría llegar a estos segmentos a través de los medios sociales en diversas formas.

Palabras-clave: marketing de la moda; consumo ético; grupos de consumidores; comportamiento proambiental; frugalidad.

1. Introduction

Consumers are simultaneously being exposed to the trends of accelerated fashion and messages intended to increase sustainability and ethical consumption. Sustainable Fashion (SF) has become mainstream (Henninger et al., 2016), and the environment has become the new trend. The disruptive efforts of activists have spread on social media with the aim of popularizing pro-environmental attitudes and behaviour – such as the Plastic Free Foundations’ (established in 2017) campaign that has won series of awards since 2019, or the Fridays for Future movement, which impacted public discourse and raised attention to the climate, the environment, and particularly focused on impacts on society and consumption patterns, among other topics (Marquardt, 2020). The criticism of fashion as one of the most polluting global industries has a long history. Movements such as the international Fashion Revolution, or Sustainable Fashion Matters, along with campaigns such as that of Clean Clothes are being embraced by bloggers, influencers, and sustainability-concerned sites.

SF ever since has targeted consumers aware of the impact of the clothing industry (Henninger et al., 2016). Ethical fashion promotes fair working conditions and sustainable sourcing (Joergens, 2006). However shifting consumers from pro-sustainability and ethical attitudes to behaviour is challenging. Eco-conscious motivation is reportedly present among consumers, although purchasing behaviour may be inconsistent with a pro-environmental, ethical attitude. Research has focused on the attitude-behaviour gap (Kollmuss & Agyeman, 2002; Joergens, 2006; Steg & Vlek, 2009; Van der Werff et al., 2013; Lanzini & Thøgersen, 2014; Thomas et al., 2016), including in relation to purchasing decisions and their environmental outcomes (Goldsmith & Flynn, 2015; Gatersleben et al., 2019; Roozen & Raedts, 2020; Davis & Dabas, 2021). Ethical clothing product preferences can also be driven by other motives such as a desire for value for money, personal image, and wellbeing (Jägel et al., 2012), as consumers shift between ethical and unethical choices.

Kollmuss and Agyeman (2002: 257) suggest that the biggest positive affect on pro-environmental behaviour can be achieved through the synergy of external (socio-economic-cultural and institutional-) and internal (such as personality, values, attitudes, knowledge) factors. They identify a series of barriers to pro-environmental behaviour, of which the biggest are old behaviour patterns (Kollmuss & Agyeman, 2002). Consumers despite of their environmental concerns, reportedly follow the “power of habit” in purchasing apparel in regular stores, that offer the reliable style and fit (Wiederhold & Martinez, 2018). No less important are a lack of both internal and external incentives. Furthermore, the information gap about the origin and production of clothing results in less care in relation to consumers’ purchasing decisions (Joergens, 2006), while information on the environmental impact (Roozen & Raedts, 2020), and green demarketing strategies (Kim & Oh, 2020) may shift behaviour.

The switch between unethical and ethical consumer behaviour may be affected by positive and negative emotions, such as sentiments of guilt. Balancing a willingness to consume 'the easy way' but also to shop ethically is challenging. Consumers manage such cognitive dissonance (or fail to) by engaging in contradictory behaviour (Gregory-Smith et al., 2013), as they compromise between conflicting consumption choices (Shaw et al., 2006; Jägel et al., 2012). Purchase-related guilt has been reported to be muted in relation to some brands (Bray et al., 2011), meaning that consumers follow the prevalent consumption logic. Barriers to ethical consumption, can be external – when goods from reliable sources are not available, or available only at a premium price.

Conspicuous consumption can promote sustainable consumption under a specific set of conditions (Sexton & Sexton, 2011). We also know since early on that the fashion- and shopping-orientation of consumers did not exclude their eco-friendly behaviour (Gam, 2011). The sustainability vs. fashion dilemma is now being addressed by the SF trend, which, despite the growing familiarity of shoppers with the term SF, is being seen as a high-end phenomenon (Henninger et al., 2016; Di Benedetto, 2017). This proposition reinforces the ethical mainstreaming tactics of global companies (Joy et al., 2012) providing affordable sustainability by fast fashion brands (Chang & Jai, 2015; Neumann et al., 2021). It then examines how these groups perceive ethical consumption, and its perceived barriers. Consumers' efforts to identify/purchase certified products sealed with certificates, are not discussed in this study.

Fashion leaders are consumers that adopt trending shopping behaviors. As they seek for new knowledge, consumers looking forward to adopt new patterns of consumption are likely to be found on social media. Pro-environmental behavior and sustainable practices are discussed in Facebook groups and pages, where communities and audiences find navigation and affirmation of their explorations in fashion. As this study is focused on pro-environmental attitudes of apparel shoppers that can be reached on social media – fashion-orientation, particularly the dimension of fashion leadership was a suitable frame for this study, to which the dimensions of frugality and thrifting associated with eco-friendly behavior were added. We know that the perception of SF on differs among consumers (Mukendi et al., 2020; Dabas & Whang, 2022), and consumers with various behaviors may perceive themselves as concerned about sustainability matters. Therefore, adding to the less explored scholarship on grouping of consumers in the intersection of SF, consumer behavior and online presence, this study investigates the potential segmentation of fashion-consumer groups based on consumers' preferences related to fashion-orientation, sustainability-concern, frugality, and emotional ties to their clothes.

2. Literature review

2.1. Fashion-consumer groups and sustainability

Ethics and sustainability in fashion purchasing have not been demonstrated to have a straightforward causal relationship; it is viewed as an oxymoron, especially in relation to fast fashion (Armstrong et al., 2017). However, the fact that a SF market exists has been grasped through understanding consumer attitudes, and preferences that culminate in purchasing decisions. Attitudes toward fashion have been addressed in consumer behaviour research, predominantly in the form of studies focused on consumer segmentation and the relationship of attitudes to behaviour (Hirschman & O. Adcock, 1978; Gutman & Mills, 1982; Eastman et al, 1999; Belleau & Nowlin, 2001; Park et al., 2017).

As a basis with regards to their relation to fashion, consumers fundamentally were found to belong into four groups – fashion innovators, opinion leaders, innovative communicators, and fashion followers – that are claimed to reflect attitudes. This segmentation was based on a measurement of innovativeness and leadership using self-assessment (Hirschman & O. Adcock, 1978), and has been adopted by others (Baugh & Davis, 1989; Workman & Johnson, 1993). Fashion leaders adopt exotic offers to purchase them – and proved to have a different shopping-orientation from followers – that implies less cost-consciousness, traditional and conservative values (Belleau & Nowlin, 2001). The link between fashion consumers and sustainable consumption can be found in the intersection of values, attitudes, and behaviour. We know, for example, that the value of self-transcendence is shared among pro-environmental consumers (Thøgersen & Ölander, 2002). Studies also report to identifying conflicts between pro-environmental concern and fashion purchasing behaviour. A positive attitude towards ethical consumption may be distorted by consumers' social orientation, ideals, and ideology, which all affect purchasing decisions (Niinimäki, 2010).

Followers of fashion, with regard to their willingness to purchase ethical apparel, have been differentiated into three major groups by McNeill and Moore (2015). Self consumers were found to be concerned with fulfilling hedonistic needs, social consumers were concerned about their social image, and sacrifice consumers sought to reduce their impact on the world. Inconsistency between behaviour and attitude was most often spotted among social consumers, whose increasing concern about environmental issues conflicted with their social wellbeing, thus demonstrating inconsistent purchasing patterns. This group was found to be a potential driver of sustainable consumption, given their concern with the opinions of their peers. Sacrifice consumers readily prioritized the reduction of their fashion consumption, and were the group least likely to report meeting barriers to sustainable consumption (McNeill & Moore, 2015). Park et al. (2017) found four groups ranging from concerned shoppers to apathetic shoppers in the US context. To understand the connection

between shopping-orientation and sustainability-concerns among consumers of apparel (Park et al., 2017) identified four groups of consumers in their relation to sustainability-related and shopping-related factors for apparel purchase. Sustainability-related attributes –knowledge and consciousness –, and shopping-related attributes, such as fashion consciousness, price and quality sensitivity, are connected to intention and behavior. Among the four groups, concerned and holistic shoppers were most aware of the sustainability impact of their clothing shopping behavior, whereas the apathetic, and the traditional turned out to be least interested.

In another study, consumers inclined toward slow fashion values were segmented into four groups – from highly-involved to low-involved fashion groups (Jung & Jin, 2016). The core characteristic of slow fashion consumers was a willingness to pay a premium for equitable and local products, along with the desire for uniqueness and exclusivity. Moreover, this group was less likely to change their wardrobe and prone to invest into authentic and durable apparel. Jung and Jin (2016) suggest that creating customer value in relation to slow fashion can positively affects purchase intentions. Roozen and Raedts (2020) found that negative publicity about the fast fashion industry has different impact on groups of consumers, depending on their environmental consciousness or fashion involvement. A recent study (Haines & Lee, 2022), looked into emotional and shopping characteristics along with consumption patterns to identify three groups, among which the ‘warm and thrifty’ group was found to be least likely to follow fashion trends, and to be driven by pro-social concerns in their SF consumption. Zaman et al. (2019) found that consumers’ orientations split them into three groups along the store type they prefer for second-hand shopping. Online shoppers had higher ratings on ecological consciousness and fashion consciousness than thrift store attenders. Preferences for styles differed among these groups.

All in all, despite the fact that (Niinimäki, 2010) demonstrated that only a minority of fashion-consumers considered sustainability, later studies pointed to triggers such as communication (Vehmas et al., 2018), negative publicity (Roozen & Raedts, 2020), or set of interventions (Harris et al., 2015) or involving consumers into value creation (Niinimäki & Hassi, 2011) that could achieve a positive shift in consumer knowledge, attitude, and purchasing intention (Jung & Jin, 2016). Moreover, consumers are open to buying into the contemporary trend of pro-environmental behaviour motivated by gaining social approval (Chi, 2015), and through forming a shared identity by viewing the self as a member of a group (Gupta & Ogden, 2009). Therefore, social media is an important tool for group formations and communication about SF practices. However, no study addressed the segmentation of the possible target groups of such a communication activity. The power of social media over corporations and fashion consumers – is a yet unexplored territory (Shrivastava et al., 2021).

To meet this gap, respondents of this survey were connected to Facebook pages and groups concerned with SF practices, fashion trends, and the environment, residing in Hungary. The paper investigates the segmentation of the audience around sustainability and fashion – whose self-perception is that of environmentally concerned, the results thus contribute to the understanding of consumer groupings that can be achieved through social media. This study adds value to the discourse on SF in at least two ways: first, it reveals that the perception of sustainability may create various patterns of consumer groupings, second: no similar study was conducted before on consumer segments in the intersection of fashion orientation, sustainable practices and consumer behaviour – including variables such as education to test for its predictive value.

2.2. Fashion-orientation and affection

Fashion involvement is a construct to explain the emotional charge of interaction with the fashion product involving the consumer into the purchase activity (Han *et al.*, 2017), where emotions and mental state play as a trigger for hedonic consumption (Saran *et al.*, 2016; Park *et al.*, 2017). In fashion studies involvement was researched particularly from the angle of situational and decision factors of shopping, or product focused, suggesting that clothing represented a high-involvement product class (Naderi, 2013).

This study follows the concept of fashion orientation used by several studies stemming from the framework of the fashion adoption theory. Fashion-oriented behaviors are found to contribute to adoption of sustainable/ ethical fashion consumption (Gam, 2011) and lead to a variety of hybrid attitudes. There is no question that fashion-oriented consumers are driven by the pleasure of shopping, are open to symbolic forms of consumption even in thrifting (Park *et al.*, 2020) and are influenced by e-compulsive buying behavior (Bhatia, 2019). Wearing clothes is more than a functional act – it is also a symbolic one. Having a fashion-orientation involves seeking social approval, which fuels the desire to keep up to date with fashion, and having a distinct style.

Workman and Kidd (2000) found that the need for uniqueness is particularly important for fashion change agents but is less important for followers. Moreover, fashion innovators have a significantly greater need for variety in their closets than followers, due to their greater need for mental stimulation (Workman & Johnson, 1993). Mental stimulation is today served by the consumption of social media and an active presence, which is backed up by the shopping experience. The need for variety can be satisfied from different sources: fast fashion, second-hand clothes, online shopping, etc.

This study adopts the dimension of fashion leadership to connect the adoption of eco-conscious and fashion attitudes by consumers as a potential way to generate

more considerate purchasing behavior. Therefore, it adds the importance of being well dressed (trendy) and the dimension of need for variety, while being less focused on the experiential and emotional dimensions of hedonism. The need for variety is captured by the items ‘desire to not be seen on social media in the same clothes,’ ‘having more clothes than are needed,’ and ‘spending a lot on clothes and accessories’ (Table 1). As an antidote to voluntary simplicity (Ganassali & Matysiewicz, 2021; Bardey et al., 2022) and the result of consumption satiation ‘having more clothes than are needed’ reflects less willingness to discard clothes, but rather to accumulate them, keeping emotionally-charged items or a hedonic attitude to fashion.

Composite Variables and Items		Dimension
Hedonic		
1. I spend a lot on clothes and accessories.	<i>fashion-leader</i>	<i>hedonic</i>
Frugal		
2. Expensive brands are not worth their price.		<i>value-for-money</i>
3. Fashion is for companies to make more profit.		<i>moral-frugal</i>
4. I prefer buying more clothes for less money.		<i>thrifty</i>
Fashion-orientation		
5. I spend a lot on clothes and accessories.	<i>fashion-leader</i>	<i>hedonic/ need variety</i>
6. I've got more clothes than I need.		<i>need variety</i>
7. Fashion is a way of self-expression.	<i>fashion-leader</i>	<i>trendy</i>
8. I don't like wearing the same clothes twice on social media.		<i>need variety</i>
9. Anyone can be trendy with accessible brands.		<i>trendy</i>
10. I am satisfied with the quality of accessible brands.		<i>hedonic</i>
11. I always buy at least one outfit connected to new trends.	<i>fashion-leader</i>	<i>trendy/ need variety</i>
Affection		
11. I have clothes that have been worn by a relative.		<i>emotional</i>
12. I love my clothes that have personal memories.		<i>emotional</i>
Sustainability		
13. I try to keep up with sustainable consumption.	<i>attitude</i>	
14. I only buy clothes from brands I know, and I know where they were produced.	<i>awareness</i>	<i>ConRes</i>
15. I know how garments are being produced.	<i>awareness</i>	
16. People can be agents of change through boycotts, hashtag campaigns, and communication	<i>activism</i>	<i>ConRes</i>
17. Companies should step up to improve the working conditions of their workers.	<i>activism</i>	
18. I don't drink bottled water.	<i>behavior</i>	<i>ConRes</i>

Table 1 - Composite Variables and Items

Source: the author.

A study by Gutman and Mills (1982) identified four factors in the fashion-orientation of individuals, while Gam's (2011) study revealed three of the latter. This study draws on the fashion leadership dimension, thus adapts three items. The items 'I spend a lot of money on clothes and accessories', and 'clothes are one of the most important ways I have of expressing my individuality' were converted into the more general statements 'fashion is a way of self-expression,' while 'I always buy at least one outfit of the latest fashion' was substituted by 'trend'. It is claimed that the need for variety in fashion and hedonic motivation have become widespread since the time of Workman and Johnson's (1993) study due to the spread of accessible fashion and social media. To grasp these dimensions, this study includes them in the fashion-orientation section. Being elicited in the preliminary qualitative phase of the research, emotional ties to precious items in one's wardrobe are included under affection. It is assumed that an affection for items of clothes defines a consumer's relationship to their wardrobe, and may create an inclination to pro-environmental behaviour, or to slow-fashion values of buying less and durable, quality items.

2.3. Frugality and sustainability

Pro-environmental behaviour is defined as behaviour intended to promote a beneficial outcome for the environment (Kollmuss & Agyeman, 2002). Others argue that intention itself does not result in environmental impact, thus it is suggested that the focus should be on behaviour that results in impact, whether intentional or not (Steg & Vlek, 2009; Gatersleben et al., 2019). (Non)spending on fashion might be tied to cost-consciousness, frugality, or moral drivers. Consumers cut their spending and restrain their consumption of economic goods for reasons of frugality (Gatersleben et al., 2019). Frugality is associated with self-control (Goldsmith & Flynn, 2015) and reduced consumption, while thriftiness (Evans, 2011) is associated with utility maximization, which may potentially increase consumption. In sum, a reduction in the environmental impact of behaviour combined with a reduction in cost can help frugal and moral identities to become better aligned (Gatersleben et al., 2019; Zaman et al., 2019).

Gatersleben et al. (2019) distinguished four consumer types with several salient identities, including planner, budget, frugal and energy, connected to frugal, which is associated with saving/planning. Value and bargain were the main traits of the utility maximizer thrifty, and green, fair, and local for moral, whereas sway, trend, shopper, and impulsive were associated with a wasteful consumer identity. The study concludes that moral identity is not negatively associated with wasteful identity but is simultaneously present, while thrifty and frugal identities were found to be positively related. The current study used three identity features to capture the pro-environmental disposition related to fashion purchasing behaviour, thrifty, frugal and moral.

2.4. Consumer responsibility and sustainability

The role of consumer responsibility (ConRes) is debated and questioned by consumers themselves. The individual need to bear the 'burdens' imposed by the state, working conditions, and difficulties consuming due to high prices or the accessibility of products creates the rational reasoning that the responsibility for ethical, etc. decisions should not be imposed on the consumer. Thus, consumers may believe that they should not be charged the cost of information-gathering, finding distribution channels, or paying a premium for green, sustainable, ethical, etc. products. These views are less explored, given that scholarship is mostly shaped by the trickle-down view in relation to the investigation of sustainability and fashion. Research typically explores either the connection between luxury and environmental concerns (Bray *et al.*, 2011; Sexton & Sexton, 2011; Lundblad & Davies, 2016; Woodside & Fine, 2019) or environmental-concern driven consumption (Shaw *et al.*, 2006; Carrington *et al.*, 2010; Wiederhold & Martinez, 2018). Consumer responsibility assumes that individual choice is not exclusively defined by rational, information-oriented, or psychological behaviour, but should be considered from a social and cultural perspective as being supported by social and moral norms (Bürklin, 2019). Social norms effect personal norms and knowledge which affects buying behaviour (Davis & Dabas, 2021). Personal values are thus being connected to relevant social other values or wider norms within society, therefore ConRes should be fostered by multiple stakeholders (Bürklin, 2019). The belief that people can be agents of change is a dimension of empowerment, and a stronger attitude that may result in pro-environmental behaviour on a community level.

To tap into the different segments and understand their behaviour and preferences more precisely, the survey included questions about the purchasing of second-hand items and vintage shopping, but also 'non-purchasing' practices related to obtaining fashion items, like wearing kin-owned clothes, swapping clothes, or DIY fashion and repairing clothes. As mentioned above, sustainable behaviour, such as thrifting and wearing used clothes, might not be linked to the environmental concerns or ethical considerations of consumers, but to other patterns of social and cultural behaviour.

3. Method and data

3.1. The survey tools

The aim of the research was to identify consumer segments, thus the analysis focused on eliciting consumer attitude and practices with regard to clothing and sustainability in order to identify the barriers to ethical consumption. Consumer segments can be explored in the form of homogenous groups using cluster analysis (Sarstedt & Mooi, 2019). Therefore, a survey was designed to generate the relevant data. To capture the different dimensions of sustainable consumption, frugality, affection and fashion-orientation, the survey used self-reporting. The dimensions that were used were

derivative of earlier scholarship, as shown in the literature review sections. To operationalize the dimensions and to validate them, insights were collected from focus groups of conscious consumers, and in-depth interviews were implemented with an ethical fashion blogger, and a fashion influencer. These insights revealed the role of emotional connections to particular clothes, especially among sustainability-conscious consumers. The nature of this emotion was defined as loyalty to a memory or to a relative, defined as affection. After generating the sample of self-reporting items for measuring the dimensions, questions were added to the survey tool to map shopping behaviour and attitudes toward SF. Two items were added as proxies. The item about bottled water consumption measured frugality and pro-environmental behaviour. The Plastic Free July event of 2019 and communication around ocean pollution were prominent items on social media and beyond in Hungary, while using refillable bottles was trending. An item about the perception of sustainability with regard to recycled plastic garments was added as a proxy of awareness about the discourse on the environmental impact of fibres and the likely problems associated with the recycling of PET bottles (Table 4). The survey was tested with two sustainability experts, and four consumers. The survey was distributed across sustainability-themed and fashion-oriented social media communities from October to November 2019. The sample was not an entirely random adult one, as advised by Eastman et al. (1999) to increase the generalizability of the findings, but the pool of respondents allowed for the mapping of different consumer segments. The questionnaire was filled out by 422 respondents, with 416 as valid. As women tend to be overrepresented in Facebook groups, especially those related to fashion and sustainability, it was no surprise that the overwhelming majority – 95.4% – of respondents were female, and 60% reportedly had an average income. Among the respondent’s 90,6 percent were 45 years old or younger, and almost half of the sample resided in the capital city of Budapest (47,1 percent). Half of the respondents were employees (49 percent), and almost one third (29 percent) were students. It is also worth mentioning that most of the respondents (63 percent) had at least a BA degree.

Variables	Factor loading
Sustainability	
1. I try to keep up with sustainable consumption.	0.68
2. I only buy clothes from brands I know, and I know where they were produced.	0.61
3. I know how garments are being produced.	0.57
4. People can be agents of change: through boycotte, hashtag campaigns, and communication	0.53
5. Companies should step up to improve the working conditions of their workers.	0.46
Fashion-orientation: Hedonism	

6. I spend a lot on clothes and accessories.	0.72
7. I've got more clothes than I need.	0.72
8. Fashion is a way of self-expression.	0.50
9. I don't like wearing the same clothes twice on social media.	0.42
Fashion-orientation: Trendy	
10. Anyone can be trendy with accessible brands.	0.67
11. I am satisfied with the quality of accessible brands.	0.65
12. I always buy at least one outfit connected to new trends.	0.62
Frugality	
13. Expensive brands are not worth their price	0.75
14. Fashion is for companies to make more profit.	0.66
15. I prefer buying more clothes for less money.	0.52
Affection	
16. I have clothes that have been worn by a relative.	0.80
17. I love my clothes that have personal memories.	0.65
Recycled-plastic garment	
18. Garments made of recycled plastics are eco-friendly.	0.77
<i>Extraction Method: Principal Component Analysis.</i>	

Table 2 - Factor analysis

Source: the author.

3.2. Factor and cluster analysis

First, the 18 self-reported items were organized into factors (see table 2), serving as a basis to segment the market. The results met the Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) criterion, having a value of 0.636, the data were deemed suitable for further analysis. To determine the number of factors, the Kaiser criterion was used to identify six factors with at least one as the eigenvalue, with Varimax rotation. As a result, one item – bottled water consumption – was omitted from the factors. Second, to identify the market segments an exploratory cluster analysis was executed. After defining attitudes, the number of clusters was determined from the fifteen values of the dendrogram. The five consumer segments were created based on the average values of the factors in the clusters. The five clusters were examined with Ward-method crosstabs to provide a description of the identified segments.

4. Results and discussion

4.1. Consumer groups

The groups are associated with attributes that are statistically significant (see above), and it turned out that the consumption of bottled water was an insightful proxy that expressed how much decisions meet the criteria of conscious consumption. It can also be seen from the data that second-hand shopping is associated with conscious consumption and being price-conscious.

Convenience consumer 15.3% Least conscious among all groups, shop in SUPERMARKETS, and fav. popular shops DRINK bottled water DON'T CARE about ethical consumption	Mainstream fashionista 22.3% cost-conscious no interest in sustainable fashion love their clothes: precious memories shop: in their favorite shops, second-hand/ shopping malls, and other places the youngest group	Concerned Fashionista 14.3% own more clothes than they need spend a lot on fashion items fashion is self-expression satisfied with fast fashion brands Love NEW trends Concerned with environment, sometimes DRINK bottled water cannot avoid FAST FASH oldest group	Conscious trendy 22,5% concerned about the fashion industry the textile industry processes Believe in AGENCY for change concerned with TRENDS shop SECOND HAND, Favorite and popular stores, NO shopping malls Online shopping	Conscious Consumer 25,5% care about conscious consumption, show an interest in the processes of the textile industry cost-conscious NO bottled water Less likely to eat meat mostly SECOND HAND

Environmentally conscious, ethically concerned consumption: a scale from unconcerned to conscious consumer

Table 3 - Overview of the five segments of fashion consumers and their preferences

Source: the author.

4.1.1. Concerned Consumerists

The group of concerned consumerists, representing 14.3 percent of the sample, tend to care about new trends, and fashion, and readily spend on fast fashion although they are concerned about the environment as well, thus messages about greener products may come through. This group may be attracted to brands that tap into ethical mainstreaming tactics.

4.1.2. Convenience shoppers

Despite the sample being drawn from a pool of presumably more concerned respondents, a relatively large share was classified as unconcerned. These individuals don't mind drinking bottled water, don't care about ethical consumption (as reflected in the answers given to the environmental- and responsibility-related block of questions), and they tend to buy their clothing along with their food, etc. in supermarkets. Members of this group can be described as unconcerned consumerists.

4.1.3. Mainstream fashionista

The youngest group of respondents are price-conscious and have no interest in SF; they love their clothes and indulge in shopping. What drives this group is finding a good buy either in a shopping mall or from a fast-fashion brand or in a second-hand shop. This group is less sensitive to SF, and is the group most exposed to influencers who promote fashion and cosmetics. The preferences of this group might be most easily shaped by influencers who communicate sustainability values.

4.1.4. Conscious trendy

Almost as large a group as the mainstream fashionista, with individuals as young as the latter, conscious trendy consumers care about fashion trends as well as share more knowledge and concern about the textile and fashion industry. This group expressed most commitment and consumer-related responsibility to change. This group shops online to find suitable brands, and has a set of preferred and loved brands.

4.1.5. Conscious Consumers

Not surprisingly, the largest segment of the sample proved to be concerned about conscious consumption, showing ethical awareness and knowledge about the issues in question (the social and environmental devastation caused by the fashion industry, as well as the impact of the production of given fabrics on the environment, etc.). This group tends to exclude the consumption of bottled water and to cut out meat from their diet, containing the largest share of vegans and vegetarians. The conscious consumers of fashion also proved to be price-conscious, with a preference for second-hand clothing and exchanging clothes.

4.2. Interpretation

The conscious trendy and the conscious consumer groups contain the largest proportion of individuals with master's degrees (58% of all respondents with a master's degree) and PhD degrees (64% of all PhD respondents) and half of the BAs (53% of all respondents) compared to the other groups. This needs to be controlled for age of the respondents, but the overall pattern suggests that education is correlated with pro-environmental concern. On the other hand, consumerist groups (thus the convenience shoppers and mainstream fashionistas), account for the 76% of respondents with vocational training. There is a sharp split within the younger generations – those with a high school education can be divided into two larger groups that are divided among either the most concerned two groups (39%) or the mainstream fashionistas (32%). It is worth noting that the majority of the overall sample, 63 percent, had at least a BA degree.

<i>Crosstabulation Ward Method / percentage</i>	<i>Convenient consumer</i>	<i>Mainstream fashionista</i>	<i>Concerned Fashionista</i>	<i>Conscious Trendy</i>	<i>Conscious eco- consumer</i>
<i>Where do you buy your clothes?</i>					
Groceries (Lidl, Tesco, Auchan, etc.)	23.5	17.9	17.4	14.3	4.3
Second-hand shop	41.2	57.1	34.8	54.8	82.6
Shopping mall	47.1	60.7	52.2	31	21.7
Favorite and well- known shops	64.7	78.6	56.5	61.9	26.1
Market	0	10.7	0	2.4	0
Online	12.8	21.1	17.3	31.6	17.3
<i>Barriers to ethical consumption</i>					
Don't care.	11.9	3.6	0	1.2	1.1
Too expensive.	49.2	51.2	50.9	60	53.8
There are no such shops nearby.	28.8	39.3	34.5	42.4	52.7
I know little about it.	52.5	41.7	38.2	20	16.1
I don't know ethical labels.	30.5	32.1	25.5	15.3	24.7
Some items are not available from sustainable sources.	32.2	28.6	41.8	49.4	36.6
<i>Feel guilt about non-ethical purchase</i>					
Acceptable: can't buy it anywhere else.	15.9	11.3	10.2	12.2	7.8
Feel uncomfortable.	20.5	53.5	42.9	50	64.4
Don't care: nothing is ethical.	20.5	4.2	6.1	1.2	6.7
Sometimes it is ok.	43.2	31	40.8	36.6	21.1
<i>Bottled water</i>	0	0	0	0	0
Regularly buy it. It is healthy.	15.3	7	10.9	1.1	2
Only when there is no other option.	47.5	53.5	45.5	43.2	36.4
Tap/ filtered water.	37.3	39.5	43.6	54.5	61.6
Too expensive.	0	0	0	1.1	0
<i>Education</i>					
Vocational	17.7	12.4	3.5	4.4	1
High school	30.6	42.7	28.1	22.2	26.5
BA, BSc	21	22.5	42.1	35.6	31.4
MA, Msc	27.4	20.2	24.6	33.3	36.3
PhD	3.2	2.2	1.8	4.4	4.9
<i>Crosstab, Ward Method</i>					

Table 4 - Crosstabulation

Source: the author.

Frugality often leads consumers to cut their costs by decreasing their consumption of economic goods (Gatersleben et al., 2019), and is negatively related to materialism,

and is associated with self-control and consumer independence (Goldsmith & Flynn, 2015). As a distinction, thriftiness (Evans, 2011) is associated with utility maximization and potentially increased consumption, while financial concerns are important for both types. The non-consumption of bottled water may be considered pro-environmental behaviour (Thomas et al., 2016), although we know this behaviour is not exclusively aligned with attitude, but may be based on incentives (Lanzini & Thøgersen, 2014) or motives related to cost-consciousness. We may also assume that purchasing items second-hand is driven by thriftiness or frugality. As stated above, pro-environmental behaviour and attitudes may not be consistently linked in consumers' decision-making.

In terms of bottled water consumption within the five groups, a difference in the attitude-behaviour relationship, and a variety of motives can be discovered. We can clearly see that conscious consumers display defined pro-environmental behaviour by rejecting bottled water and meat, and purchasing second-hand items. This group also show a cost-conscious attitude which suggests that frugality (which is connected to pro-environmental behaviour) is an important feature. The other group that shows a clear pattern and consistency between behaviour and attitude is located at the other end of the spectrum – namely, the unconcerned consumerists who drink bottled water and explicitly don't share pro-environmental concerns. This group is not associated with a cost-conscious attitude either, and the related individuals can mainly be described as convenience shoppers. The group in the middle of the spectrum (from unconcerned to ethically concerned) stands at the intersection of fashion-orientation and pro-environmental concern. This is the group that wears environmentalism as a trend, displaying a concerned attitude but conflicting behaviour. Concerned fashionistas can be spotted in shopping malls, and show awareness of sustainability matters with inconsistent behaviour in relation to purchasing clothes. These kinds of individuals were described by McNeill and Moore (2015: 221) as 'social' consumers. The segment shows a "burgeoning interest in sustainable fashion" with a perceived lack of social acceptance of SF, and a perception of the latter as expensive. Concerned fashionistas own and spend a lot on clothes, just like 'social' individuals who invest in clothing and are concerned about the image they convey to their peers. This group might be ideally targeted by 'conscious' labels. Their level of awareness may be improved by targeted communication.

The conscious trendy group believes in consumer agency, and is well-informed about environmental and textile production issues. This group may be aligned with the 'sacrifice' group in terms of conflict between a desire for style and concern with the impact of consumption. These individuals morally reject fast fashion and avoid shopping malls (70 percent of the sample) but are exposed to trends, and their favorite stores. Shopping online provides a wider pool of products to choose from,

and from which to obtain information about the background of the brands and products. Accordingly, the latter represent a perfect target for emerging sustainable, fair, and ethical brands. Interestingly, this group contained most individuals who claimed that sustainable and ethical fashion is overpriced (60 percent) compared to other groups, and half of the individuals complained that some fashion items are not offered by sustainable and ethical brands. Cost-consciousness is related to frugality, which is associated with consumer agency and pro-environmental behaviour. This group, along with the conscious consumer group, is most informed about SF, yet their sensitivity to the 'eco-premium' is high.

Frugality is most associated with the concerned fashionistas, while mainstream fashionistas and conscious eco-consumers also share the frugality trait. The thriftiness dimension of frugality (prefer buying more clothes for less money) suggests enhanced consumption, which is the motivation for mainstream fashionistas, whereas the moral-frugal dimension (see Table 2) is more explicit for conscious trendy individuals, who prefer to satisfy their need for trends with second-hand items and concept stores. Concerned fashionistas feed their needs with inconsistent behaviour, switching between pro-environmental and convenient choices, and consuming fast fashion. A fashion orientation both in terms of hedonism and the trendy dimension best describes concerned fashionistas, who are least likely to be attached to their special clothes among all the groups. This implies a high turnover of garments in their wardrobes. Despite the fact that mainstream fashionistas are explicitly not interested in sustainability issues, this group's consumption pattern is more likely to have a less harmful environmental impact than that of the concerned fashionistas, as they love their clothes, prefer second-hand shopping, do not share the attitude of hedonism, and are price-sensitive. Trendiness is as important for mainstream fashionistas as for the conscious trendy consumers, whereas sustainability awareness is explicitly very important for the conscious trendy group. In contrast, absolutely the opposite is valid in the case of the mainstream fashionistas. The joy associated with the fashion shopping experience is distributed unevenly among the groups. Less joy, but rather practicality is associated with convenience consumers, who thus demonstrate a utilitarian approach to clothing. A fashion-orientation is associated with the consumption of both second-hand and popular fast-fashion brands. Only in the case of mainstream fashionistas does price-consciousness play a role in their choice of garments. This suggests that frugality is of less importance in second-hand consumption.

Most of the respondents were uncertain about the environmental impact of clothes made of recycled plastic (45.7 percent neutral), while a slightly larger proportion (28.3 percent) were said 'no', thus claiming that clothes made of recycled plastic harm the environment. The question "Are clothes made of reused plastic eco-friendly?" was used as a proxy for measuring awareness of the impact of fabrics. A later question in

the survey asked about the impact of plastic-fibre clothes on the environment. The question was purposefully formulated using the word plastic instead of lycra or nylon. A shift toward the recycling of PET-bottles and other plastics into producing fabrics has been embraced by some bigger brands already, and is now in the mainstream of 'conscious' collections. Since, the impact of the particles of the various fabrics on water pollution and environmental degradation has been reported, the issue has attracted attention among eco-conscious consumers. Despite this recent turn in the discourse, big brands are now promoting 'conscious' product lines made of reused plastic, representing a close-up example of less authentic ethical mainstreaming. The group of mainstream fashionistas seemed to mainly accept the message that clothing made of reused plastics is eco-friendly, the group showing no interest in SF, and indulging in thrifting or shopping in malls. Interestingly, on the negative slope were unconcerned consumerists who are the least environmentally conscious among all the groups in their choices.

5. Conclusions

This study confirms that the 'environment is trendy,' especially for the majority of segments identified among the concerned and conscious groups. Both fashionista segments share the joy of shopping, and could be efficiently targeted by social media campaigns along with influencer marketing to shift their attitudes toward ethical choices, given that there exist an attainable set of products and brands. The most suitable target group for ethical and sustainable brands and online shopping are the conscious trendy, who have the potential and openness toward new market segments with a green message. This segment has a negative relation to frugality, and the highest commitment to and awareness with regard to sustainability. The conscious trendy is less prone to buy into idea of recycled-plastic garments, but rather open to ethical production, and local sustainable brands.

The conscious eco-consumers have no interest in fashion: neither in the trend, nor in the hedonism dimensions of fashion-orientation, and they show no affection for special clothing items, and are rather skeptical about the eco-friendliness of recycled-plastic garments. 'Loved clothes last' calls for change in attitude Orsola de Castro, or the ilovemyclothes hashtag campaign, and other activists in the field of fashion. This study found that the most pro-environmentally and ethically committed segment is not interested in fashion and displays no affection for clothes. Therefore, the message should be communicated to the mainstream fashionista and the concerned fashionista segments that a change in attitudes and consumption patterns is required. Moreover, mainstream fashionistas are a wide consumer group, representing the youngest (25.4 years old on average) and most price-sensitive members of the sample. Members of this group love their special clothes the most, compared to the other groups. Despite the decline in social media use among Gen Z compared to the other age groups, Gen Z leads in discovering brands and products through

influencers (GlobalWebIndex report¹). Therefore, to reach Gen Z (as the next generation of consumers), awareness-raising about sustainable and ethical fashion along with demonstrating consumption patterns through authentic influencers would be a most efficient strategy. It may be noted that insights obtained from qualitative research confirm that most fashion influencer followers belong to Gen Z, especially those pre-, and teenage girls who are exposed to the content sponsored by brands. Prosumer and co-creation strategies could activate conscious trendy shoppers along with the use of vlogs, blogs, and social media communication.

The conscious trendy group represent those online shoppers who prefer to select their favourite brands online, and to obtain more information about products. The thin layer of convenience consumers in the sample relate to fashion consumption in a utilitarian way, with no interest in sustainability or ethical consumption, while – in contrast – conscious consumers care about their choices and show no interest in trends. Members of the concerned consumerist and the convenience consumer groups are most likely to shop for fast fashion items. There are several limitations to this research. Women, environmentally conscious individuals, and members of the younger generation were overrepresented in the sample. Men are growing segment in second-hand and SF markets, it is a prospective avenue of research. Hierarchical cluster analysis has its limits, including a high sensitivity to noise and outliers, and there is a chance that bigger clusters may end up being split. The sample respondents were active social media users, thus a group more prone to contribute to and consume online content. Ethical, slow, eco-conscious, second hand, and vintage may all constitute a growing market. If fashion is an investment in exposure, then new forms of consumption patterns may involve seeking to invest in timeless and circular models. To this end, awareness-raising, co-creation, and communication should be targeted at different segments. The aim of this study was to contribute to the understanding of the segmentation of fashion consumers that can be achieved through social media. Further studies are needed to reach consumers outside the social media network.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Armstrong, Kate, Rutter, Charlotte. & Blasquez, Marta (2017). The epiphanic sustainable fast fashion epoch. In Claudia E. Henninger; Panayiota J. Alevizou; Helen Goworek & Daniella Ryding (eds.). *Sustainability in Fashion: A Cradle to Upcycle Approach* (pp.11-30). London: Palgrave Macmillan.
- Bardey, Autore; Booth, Madison; Heger, Guiliana & Larsson, Jonas (2022). Finding yourself in your wardrobe: An exploratory study of lived experiences with a capsule wardrobe. *International Journal of Market Research*, 64 (1), 113–131.
- Baugh, Dawna F. & Davis, Leslie L. (1989). 'The Effect of Store Image on Consumers'. *Perceptions of Designer and Private Label Clothing*. *Clothing and Textiles Research Journal*, 7 (3), 15–21.
- Belleau, Bonnie D. & Nowlin, Kelly (2001). Fashion leaders' and followers' attitudes towards exotic leather apparel products. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 5(2), 133–144.

¹ Available at: <https://www.weforum.org/agenda/2019/10/social-media-use-by-generation/>

- Bhatia, Vinita (2019). Impact of fashion interest, materialism and internet addiction on e-compulsive buying behaviour of apparel. *Journal of Global Fashion Marketing*, 10 (1), 66–80.
- Bray, Jeffery; Johns, Nick & Kilburn, David (2011). An Exploratory Study into the Factors Impeding Ethical Consumption. *Journal of Business Ethics*, 98, 597–608.
- Bürklin, Nina (2019). Institutional enhancement of consumer responsibility in fashion. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 23 (1), 48–65.
- Carrington, Michal J.; Neville, Benjamin A. & Whitwell, Gregory J. (2010). Why Ethical Consumers Don't Walk Their Talk: Towards a Framework for Understanding the Gap Between the Ethical Purchase Intentions and Actual Buying Behaviour of Ethically Minded Consumers. *Journal of Business Ethics*, 97 (1), 139–158.
- Chang, Hyo Jung & Jai, Tun-Min (2015). Is fast fashion sustainable? The effect of positioning strategies on consumers' attitudes and purchase intentions. *Social Responsibility Journal*, 11, 853–867.
- Chi, Ting (2015). Consumer perceived value of environmentally friendly apparel: an empirical study of Chinese consumers. *Journal of the Textile Institute*, 106, 1038–1050.
- Dabas, Chitra S. & Whang, Claire (2022). A systematic review of drivers of sustainable fashion consumption: 25 years of research evolution. *Journal of Global Fashion Marketing*, 13 (2), 151–167.
- Davis, Lizhu & Dabas, Chitra (2021). Capturing sustainable fashion purchase behavior of Hispanic consumers in the US. *Journal of Global Fashion Marketing*, 12 (3), 245–259.
- Di Benedetto, C. Anthony (2017). Corporate social responsibility as an emerging business model in fashion marketing. *Journal of Global Fashion Marketing*, 8 (4), 251–265.
- Eastman, Jacqueline K.; Goldsmith, Ronald E. & Flynn, Leisa Reinecke (1999). Status Consumption in Consumer Behavior: Scale Development and Validation. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 7, 41–52.
- Evans, David (2011). Thrifty, green or frugal: Reflections on sustainable consumption in a changing economic climate. *Geoforum*, 42 (5), 550–557.
- Gam, Hae Jin (2011). Are fashion-conscious consumers more likely to adopt eco-friendly clothing?. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 15 (2), 178–193.
- Ganassali, Stephane & Matysiewicz, Justyna (2021). "What a lot of things I don't need!": consumption satiation, self-transcendence and consumer wisdom. *Journal of Consumer Marketing*, 38 (5), 540–551.
- Gatersleben, Brigitta; Murtagh, Niamh; Cherry, Megan & Watkins, Megan (2019). Moral, Wasteful, Frugal, or Thrifty? Identifying Consumer Identities to Understand and Manage Pro-Environmental Behavior. *Environment and Behavior*, 51 (1), 24–49.
- Goldsmith, Ronald E. & Flynn, Leisa R. (2015). The Etiology of Frugal Spending: A Partial Replication and Extension. *Comprehensive Psychology*, 4. Available at: <https://doi.org/10.2466/09.20.CP.4.4>.
- Gregory-Smith, Diana; Smith, Andrew & Winklhofer, Heidi (2013). Emotions and dissonance in "ethical" consumption choices. *Journal of Marketing Management*, 29 (11–12), 1201–1223.
- Gupta, Shruti & Ogden, Denise T. (2009). To buy or not to buy? A social dilemma perspective on green buying. *Journal of Consumer Marketing*, 26 (6), 376–391.
- Gutman, Jonathan & Mills, Michael H. (1982). Fashion Life-Style, Self-Concept, Shopping Orientation, and Store Patronage—An Integrative Analysis. *Journal of Retailing*, 58, 64–86.
- Haines, Shelley & Lee, Seung Hwan (Mark) (2022). One size fits all? Segmenting consumers to predict sustainable fashion behavior. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 26 (2), 383–398.
- Han, Jinghe; Seo, Yuri & Ko, Eunju (2017). Staging luxury experiences for understanding sustainable fashion consumption: A balance theory application. *Journal of Business Research*, 74, 162–167.
- Harris, Fiona; Roby, H. & Dibb, Sally (2015). Sustainable clothing: Challenges, barriers and interventions for encouraging more sustainable consumer behaviour. *International Journal of Consumer Studies*, 40, n/p. Available at: <https://doi.org/10.1111/ijcs.12257>.
- Henninger, Claudia E.; Alevizou, Panayiota & Oates, Caroline J. (2016). What is sustainable fashion?. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 20 (4), 400–416.
- Hirschman, Elizabeth & O. Adcock, William (1978). An examination of innovative communicators, opinion leaders, and innovators for men's fashion apparel. in Kent Hunt & Ann Abor (eds.). *Advances in Consumer Research* (pp.303-314). Association for Consumer Research,
- Jägel, Thomas; Keeling, Kathy; Reppel, Alexander & Gruber, Thorsten (2012). Individual values and motivational complexities in ethical clothing consumption: A means-end approach. *Journal of Marketing Management*, 28, 373–396.

- Joergens, Catrin (2006). Ethical fashion: myth or future trend?. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 10 (3), 360–371.
- Jung, Sojin & Jin, Byoungcho (2016). Sustainable Development of Slow Fashion Businesses: Customer Value Approach. *Sustainability*, 8 (6). Available at: <https://doi.org/10.3390/su8060540>.
- Kim, Yunjeong & Oh, Kyung Wha (2020). Which Consumer Associations Can Build a Sustainable Fashion Brand Image? Evidence from Fast Fashion Brands. *Sustainability*, 12, 1703.
- Kollmuss, Anja & Agyeman, Julian (2002). Mind the Gap: Why Do People Act Environmentally and What Are the Barriers to Pro-Environmental Behavior?. *Environmental Education Research*, 8, 239–260.
- Lanzini, Pietro & Thøgersen, John (2014). Behavioural spillover in the environmental domain: An intervention study. *Journal of Environmental Psychology*, 40, 381–390.
- Lundblad, Louise & Davies, Iain A. (2016). The values and motivations behind sustainable fashion consumption. *Journal of Consumer Behaviour*, 15 (2), 149–162.
- Marquardt, Jens (2020). Fridays for Future's Disruptive Potential: An Inconvenient Youth Between Moderate and Radical Ideas. *Frontiers in Communication*, 5, 48.**
- McNeill, Lisa & Moore, Rebecca (2015). Sustainable fashion consumption and the fast fashion conundrum: fashionable consumers and attitudes to sustainability in clothing choice. *International Journal of Consumer Studies*, 39 (3), 212–222.
- Mukendi, Amira; Davies, Iain; Glozer, Sarah & McDonagh, Pierre (2020). Sustainable fashion: current and future research directions. *European Journal of Marketing*, 54 (11), 2873–2909.
- Naderi, Iman (2013). Beyond the fad: A critical review of consumer fashion involvement. *International Journal of Consumer Studies*, 37. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2011.01041.x>.
- Neumann, Hannah L., Martinez, Luisa M. & Martinez, Luis F. (2021). Sustainability efforts in the fast fashion industry: consumer perception, trust and purchase intention. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 12 (3), 571–590.
- Niinimäki, Kirsi (2010). Eco-clothing, consumer identity and ideology. *Sustainable Development*, 18 (3), 150–162.
- Niinimäki, Kirsi & Hassi, Lotta (2011). Emerging design strategies in sustainable production and consumption of textiles and clothing. *Promoting Transformation towards Sustainable Consumption and Production in a Resource and Energy Intensive Economy - the Case of Finland*, 19 (16), 1876–1883.
- Park, Hyejune; Kwon, Theresa Anna.; Zaman, Mostafa & Song, so Young (2020). Thrift shopping for clothes: To treat self or others?. *Journal of Global Fashion Marketing*, 11 (1), 56–70.
- Park, Hyejune, Lee, Min-Young. & Koo, Wanmo (2017). The four faces of apparel consumers: Identifying sustainable consumers for apparel. *Journal of Global Fashion Marketing*, 8 (4), 298–312.
- Roozen, Irene & Raedts, Mariet (2020). The power of negative publicity on the fast fashion industry. *Journal of Global Fashion Marketing*, 11(4), 380–396.
- Saran, Rashmita, Roy, Subhadip & Sethuraman, Rej (2016). Personality and fashion consumption: a conceptual framework in the Indian context. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 20 (2), 157–176.
- Sarstedt, Marko & Mooi, Erik (2019). *A Concise Guide to Market Research: The Process, Data, and Methods Using*. Berlin: Springer-Verlag Gmb. .
- Sexton, Steven E. & Sexton, Alison L. (2011). Conspicuous Conservation: The Prius Halo and Willingness to Pay for Environmental Bona Fides. *Journal of Environmental Economics and Management*, 67. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jeem.2013.11.004>.
- Shaw, Deirdre; Hogg, Gillian; Wilsin, Elaine; Shiu, Edward & Hassan, Louise (2006). Fashion victim: the impact of fair trade concerns on clothing choice. *Journal of Strategic Marketing*, 14 (4), 427–440.
- Shrivastava, Archana; Jain, Geetika; Kamble, Sachin S. & Belhadi, Amine (2021). Sustainability through online renting clothing: Circular fashion fueled by instagram micro-celebrities. *Journal of Cleaner Production*, 278, 123772.
- Steg, Linda & Vlek, Charles (2009). Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda. *Environmental Psychology on the Move*, 29 (3), 309–317.
- Thøgersen, John & Ölander, Folke (2002). Human values and the emergence of a sustainable consumption pattern: A panel study. *Journal of Economic Psychology*, 23(5), 605–630.
- Thomas, Gregory Owen, Poortinga, Wouter & Sautkina, Elena (2016). The Welsh Single-Use Carrier Bag Charge and behavioural spillover. *Journal of Environmental Psychology*, 47, 126–135.

- Van der Werff, Ellen, Steg, Linda & Keizer, Kees (2013). It is a moral issue: The relationship between environmental self-identity, obligation-based intrinsic motivation and pro-environmental behaviour. *Global Environmental Change*, 23, 1258–1265.
- Vehmas, Kaisa; Raudaskoski, Anne; Heikkilä, Pirjo; Harlin, Ali & Mensonen, Aino (2018). Consumer attitudes and communication in circular fashion. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 22 (3), 286–300.
- Wiederhold, Marie & Martinez, Luis F. (2018). Ethical consumer behaviour in Germany: The attitude-behaviour gap in the green apparel industry. *International Journal of Consumer Studies*, 42 (4), 419–429.
- Woodside, Arch G. & Fine, Monica B. (2019). Sustainable fashion themes in luxury brand storytelling: The sustainability fashion research grid. *Journal of Global Fashion Marketing*, 10, 111–128.
- Workman, Jane E. & Johnson, Kim K.P. (1993). Fashion Opinion Leadership, Fashion Innovativeness, and Need for Variety. *Clothing and Textiles Research Journal*, 11 (3), 60–64.
- Workman, Jane E. & Kidd, Laula Klosterman (2000). Use of the Need for Uniqueness Scale to Characterize Fashion Consumer Groups. *Clothing and Textiles Research Journal*, 18(4), 227–236.
- Zaman, Mostafa; Park, Hyejune; Kim, Youn-Kyung & Park, Soo-Hee (2019). Consumer orientations of second-hand clothing shoppers. *Journal of Global Fashion Marketing*, 10, 1–14.

Julianna Faludi. PhD and Assistant Professor at Corvinus University. Lecturing Economic Sociology, Organizational Sociology, Sociology of the Arts, Branding, Innovation and Cultural Industries, and Studies on Russia. Budapest, Fővám tér 8, 1093, Budapest, Hungary. Email: faludisociology@gmail.com. ORCID: 0000-0002-0993-2512.

Receção: 10-08-2022

Aprovação: 20-11-2022

Citação:

Faludi, Julianna (2022). Conscious eco-consumers or mainstream fashionistas? The perception of barriers to the ethical consumption of fashion consumer groups. *Todas as Artes: Revista Luso-Brasileira de Artes e Cultura*, 5(2), pp. 10-31. ISSN 2184-3805. DOI: 10.21747/21843805/tav5n2a1

REWATCHING AGUIRRE, THE WRATH OF GOD: ATHLETICISM, CINE-TRANCE AND THE LEGACY OF WERNER HERZOG'S ANTI-ETHNOGRAPHIC 'COSMIC' ETHNOGRAPHY

REASSISTINDO AGUIRRE, THE WRATH OF GOD: ATLETISMO, CINE-TRANCE E O LEGADO DA ETNOGRAFIA 'CÓSMICA' ANTI-ETNOGRÁFICA DE WERNER HERZOG

RE-VISIONNER AGUIRRE, THE WRATH OF GOD: ATHLÉTISME, CINÉ-TRANCE ET **L'HÉRITAGE DE L'ETHNOGRAPHIE 'COSMIQUE' ANTI-ETHNOGRAPHIQUE** DE WERNER HERZOG

RE-WATCHING AGUIRRE, THE WRATH OF GOD: ATLETISMO, CINE-TRANCE Y EL LEGADO DE LA ETNOGRAFÍA 'CÓSMICA' ANTIETNOGRÁFICA DE WERNER HERZOG

Nico Psaltidis

Universitat Pompeu Fabra, Spain

ABSTRACT: The article discusses the legacy of Werner Herzog's film *Aguirre, the Wrath of God* (1972) on the occasion of the fiftieth anniversary of its release. As the first of three epic history films in which Herzog explores the encounter between the Western Man and the Other, *Aguirre* opens up a confrontation with a set of film practices that could be defined as 'ethnographic'. Like ethnographers, Herzog set up his productions in a substantially ethnographic ground—the wilderness of the world far from modernity, through fieldwork and on-site negotiations with the local communities. Herzog is also known for his insistence on pushing his crew into a real 'ethnographic' adventure, adding to the demands for 'athleticism' to make the film. But is it just the context that Herzog and ethnographic filmmakers choose to shoot in the only thing they have in common? In a certain sense, the genealogy of Herzog's idea of 'ecstatic truth' can be traced back to the notion of 'cine-trance' of Jean Rouch, ethnographer and pioneer of ethnocinema. And yet, Herzog breaks with the humanistic methodological frameworks of ethnographic cinema, hence reducing any sort of distance possible between the filmmaker, the crew and the context of the film.

Keywords: Werner Herzog, ethnographic cinema, Jean Rouch, cine-trance, colonialism.

RESUMO: O artigo discute o legado do filme de Werner Herzog *Aguirre, the Wrath of God* (1972) por ocasião do cinquentenário de seu lançamento. Como o primeiro de três filmes épicos da história em que Herzog explora o encontro entre o Homem Ocidental e o Outro, *Aguirre* abre um confronto com um conjunto de práticas cinematográficas que poderiam ser definidas como 'etnográficas'. Como os etnógrafos, Herzog montou suas produções em um terreno substancialmente etnográfico – a natureza selvagem longe da modernidade, o trabalho de campo e as negociações com as comunidades locais. Também conhecido por sua insistência em estimular sua equipe a uma verdadeira aventura 'etnográfica', somam-se às exigências de Herzog a ideia de 'atletismo' para a realização do filme. Mas será que a única coisa que têm em comum Herzog e os cineastas etnográficos é o contexto? Em certo sentido, a genealogia da ideia de "verdade extática" de Herzog pode ser rastreada até a noção de "cine-trance" de Jean Rouch, etnógrafo e pioneiro do etnocinema. No entanto, Herzog rompe com as estruturas metodológicas humanistas do cinema etnográfico, reduzindo assim qualquer tipo de distância possível entre o cineasta, a equipe e o contexto do filme. Palavras-chave: Werner Herzog, cinema etnográfico, Jean Rouch, cine-trance, colonialismo.

RÉSUMÉ: L'article traite de l'héritage du film *Aguirre, the Wrath of God* (1972) de Werner Herzog à l'occasion du cinquantième anniversaire de sa sortie. Premier des trois films épiques de l'histoire dans lesquels Herzog explore la rencontre entre l'homme occidental et l'Autre, *Aguirre* ouvre une confrontation avec un ensemble de pratiques cinématographiques que l'on pourrait définir comme "ethnographiques". À l'instar des ethnographes, Herzog situe ses productions sur un terrain

essentiellement ethnographique - la nature sauvage loin de la modernité, le travail de terrain et les négociations avec les communautés locales. Connu également pour son insistance à pousser son équipe à vivre une aventure véritablement "ethnographique", Herzog ajoute à ses exigences l'idée d'un "athlétisme" pour le cinéma. Mais la seule chose que Herzog et les cinéastes ethnographiques ont en commun, c'est le contexte ? En un sens, la généalogie de l'idée de "vérité extatique" d'Herzog remonte à la notion de "ciné-trance" de Jean Rouch, ethnographe et pionnier de l'ethno cinéma. Cependant, Herzog rompt avec les structures méthodologiques humanistes du cinéma ethnographique, réduisant ainsi toute forme de distance possible entre le cinéaste, l'équipe et le contexte du film.

Mots-clés: Werner Herzog, cinéma ethnographique, Jean Rouch, cinéma-trance, colonialisme.

RESUMEN: El artículo analiza el legado de la película de Werner Herzog *Aguirre, the Wrath of God* (1972) con motivo del cincuentenario de su estreno. Como primera de las tres películas épicas de la historia en las que Herzog explora el encuentro entre el Hombre Occidental y el Otro, Aguirre abre una confrontación con un conjunto de prácticas cinematográficas que podrían definirse como "etnográficas". Al igual que los etnógrafos, Herzog sitúa sus producciones en un terreno sustancialmente etnográfico: la naturaleza salvaje alejada de la modernidad, el trabajo de campo y las negociaciones con las comunidades locales. Conocido también por su insistencia en embarcar a su equipo en una aventura verdaderamente "etnográfica", a las exigencias de Herzog se añade la idea de "atletismo" en la realización de la película. Pero, ¿lo único que tienen en común Herzog y los cineastas etnográficos es el contexto? En cierto sentido, la genealogía de la idea de "verdad extática" de Herzog se remonta a la noción de "cine-trance" de Jean Rouch, etnógrafo y pionero del etnocine. Sin embargo, Herzog rompe con las estructuras metodológicas humanistas del cine etnográfico, reduciendo así cualquier tipo de distancia posible entre el cineasta, el equipo y el contexto de la película.

Palabras-clave: Werner Herzog, cine etnográfico, Jean Rouch, cine-trance, colonialismo.

1. Introduction

Werner Herzog's film *Aguirre, the Wrath of God* turns 50 years old in 2022. Not only one of the director's best known works, it was the first of three fiction films shot in a context that could be substantially defined as 'ethnographic'—the Other of Western modernity, and the first of three epic history films in which Herzog orchestrates his cinematic spectacle on various scales of the encounter between the Western Man and the Other: depicting in *Aguirre* the first encounter at the dawn of colonization as a still primitive and savage encounter at both ends, followed by *Fitzcarraldo* (1982), set in the early 20th century Amazon basin characterized by more complex resource exploitation and waterfront economies, approximately 300 years after the events of *Aguirre*; whereas by the end of this hypothetical trilogy in *Cobra Verde* (1987), the film based upon Bruce Chatwin's 1980 novel *The Viceroy of Ouidah*, the encounter takes place in an advanced colonial world of the late 19th century wherein the economic life of overseas empires is organized around trans-continental slave trade.

Aguirre is one of Herzog's most mysterious films, and was one of the most difficult to make. Before the filming Herzog travelled to South America for location hunting in the Peruvian jungles, sailing on his own through several Amazon river's tributaries to scout the right locations and cast to realize his visions.² The majority of the non-professional actors and extras, most of whom were politically aware members of a locally-based socialist co-operative and well conscious of their past and contemporary struggles, were recruited in the mountain areas surrounding the chosen locations. Herzog convinced them that the film project would be an opportunity to gain visibility for their cause. For the duration of the shooting everyone would live on a moving encampment made of rafts which Herzog shifted from one location to the next across various tributaries of the Amazon river for about 1600 Km. Herzog has recalled he had to sell his belongings to buy food during the six weeks of shoot (Cronin, 2002: 83-84). The film was originally shot in English, the only common language to the multinational crew and cast. The original production sound was recorded on location, however the whole film was later dubbed into German.

The film plot can be briefly summarized as follows: in 1560 a brigade of Spanish *conquistadores* under the command of Pedro de Ursúa undertakes an expedition through the dense jungles of the Amazon basin in search of the mythic El Dorado, a golden city believed by 16th century European explorers to exist somewhere in the remote reaches of the South American continent. Soon enough, Spanish official Lope de Aguirre (Klaus Kinsky) takes the lead of the troop after ousting his superior Don Ursúa. As they adventure further into the jungle, the brigade experiences all kinds of psychological breakdowns while its forces are gradually decimated by hunger and

² As Catherine Russell put it, Amazonia is "a long-standing chronotope of exploration cinema, from the silent period (*Matto Grosso*, 1931) to the anthropological work of the 1970s by Napoleon Chagnon and Timothy Asch, to the epic features of Werner Herzog" (2021: 238).

the persistent attacks of invisible tribesmen hiding in the wilderness. The soldiers are one by one engulfed by the jungle, yet Aguirre is more and more driven by a ruthless ambition culminating in his decision of betraying the Spanish empire with the aim of establishing his own kingdom in El Dorado.

2. Locating Aguirre, the Wrath of God

Since the beginning of the filming, the cast and crew were put through the wringer. For the opening sequence, Herzog employed around 450 people including the actors, extras and crew, alongside an unspecified number of llamas, pigs and horses, all set against the majestic backdrop of the misty mountain ridge of Machu Picchu. To get the shot, Herzog had to bring the troupe through a mountain trail where everyone fell debilitated due to the elevation and extreme conditions. Herzog insisted on making things hard for his collaborators so that the film would reach “an intensity that you do not find in movies of the entertainment industry where nature is always something artificial” (Cronin, 2002: 83). With a crew numbering less than ten, Herzog decided to shoot the film chronologically, in the attempt of creating an authentic experience of surviving the jungle. Most of it was filmed on a hand-held camera for he believed that “the physical contact the camera had with the actors was one of the keys to the look of the film” (Cronin, 2002: 93). In its bold confrontation with nature the production faced various misadventures which were often incorporated into the film itself. Cast and crew members were hence led into the epic adventure of filming, in a certain sense, just as were the *original conquistadores* in the actual search expedition for the El Dorado.

Aguirre's delirious ambitions grow relentlessly until by the end of the film he is left as the only surviving Spanish conquistador on the raft among the cadavers of his soldiers, this time alone and on the brink of madness. Surrounded by the wild Amazonian landscape, he dreams of initiating a new pure lineage which he will conceive with his dying daughter to give birth to a new mythic civilization. But what we see is that Aguirre is left to rule over only a huge horde of cannibalistic monkeys who have leapt over on to the raft to devour the dead bodies and also Aguirre, we presume. But, of course, this being a Herzogian universe we are well advised to cast aside conventional readings of film endings and imagine Aguirre miraculously finding a rationality of his own to rule over the monkeys as well as take forward his plan to re-founding humanity on the platform of incest or, more likely, bestiality: Herzog/Aguirre is well capable of imagining the possibility of sexual coupling of humans and monkeys to produce a new species of hominids. Throughout the film Aguirre is shown to be more animal, and in his stopped demeanour that shows him being organically closer to the earth he does resemble an ape-like creature. We need to take such possibilities of directorial imagination seriously to properly understand the ethnographic impulses in Herzog's cinema, how and where it sharply deviates from the primarily humanistic methodological frameworks of ethnographic cinema.

Scholarship is neither unanimous nor categorical in defining ethnographic film practice. One may argue that ethnographic films “closely adhere to a set of genre conventions established by a certain kind of anthropological writing” (Crawford & Turton, 1992: 122), given that ethnography is not an absolute term but “rather it is a cultural construct, a product of the society which produces the very discipline of anthropology” (Crawford & Turton, 1992: 128). Haider notes that “ethnographicness” is “a continuously variable property of many films” (2006: 3) provided that in an ethnographic film “film is the tool and ethnography is the goal” (2006: 3). Whilst the fascination towards the ethnographic Other in the eye of the Western watcher can be traced back to the visual representation of native peoples in the pre-cinematic 19th Century, the advent of cinema profoundly recast the ontology of the encounter with the ethnographic Other, making audiovisual techniques integral part of the research methods for pioneer anthropologists (Griffiths, 2002). And, indeed, there is a longstanding connection between ethnographic films and experimental film practices (Russell, 1999), and an equally long history of deploying an “ethnographic spectacle” in the representation of the non-Western indigenous peoples in film, from documentary to Hollywood’s spectacular cinema to the scientific film (Tobing Rony, 1996).

Hence there could be a number of genre conventions that mark the ‘ethnographicness’ of a film off another, for instance the resort to indexical realism, everyday ordinary and anthropological structures that inform the approach to the people being studied. In some senses, Herzog set up his productions in a substantially ethnographic ground, through fieldwork, research and on-site negotiations with the local communities. In fiction films such as *Aguirre, Fitzcarraldo* and *Cobra Verde*, thus, is it just the site that Herzog and ethnographic filmmakers choose to shoot in—the wilderness of the world far from modernity, the only thing they share? Is the logic of their cinemas profoundly different? Similar questions can be posed with respect to a number of smaller documentary projects Herzog carried out from the late 1980s onwards³, at a moment when it had proved difficult for him to fund large-scale epic films along the lines of *Fitzcarraldo* or *Cobra Verde*. At first glance, even in this period Herzog shot various films with an anthropologically meaningful outlook including *Wodaabe: Herdsmen of the Sun* (1989), *Jag Mandir* (1991), *Bells from the Deep: Faith and Superstition in Russia* (1996), *Lord and Laden: Christ and Demons in New Spain* (1999), *Pilgrimage* (2001), *Ten Thousand Years Older* (2002) and *Wheel of Time* (2003). This coincidence of the ‘look’ of the films coming from such diverse practices has befuddled many who, not without reason, have seen Herzog tramp the same ground as *cinema vérité* or documentary filmmaking—something that Herzog denies on both

³ Although a distinction between his fiction and non-fiction films is considered to be irrelevant according to the German director. In this respect, Thomas Elsaesser also notes a high degree of ambiguity between fiction and non-fiction as a feature of New German Cinema as a whole (1989, p. 133).

counts, notably in his 1999 Minnesota Declaration⁴ (Cronin, 2002: 301-302), in which he overtly criticizes *cinéma vérité*, the cinematic style developed by Jean Rouch (along with Marxist sociologist Edgar Morin) once the ethnographic gaze was turned from the colonies to the metropole to film *Chronicle of a Summer* (1961). When Paul Cronin asks whether his work can somehow be regarded as ethnographic or anthropological, Herzog answers that his films are “as anthropological as the music of Gesualdo and the images of Caspar David Friedrich, [...] only in as much as they try to explore the human condition at this particular time on this planet” (Cronin, 2022: 213-214).

It is interesting that Herzog invokes these names dear to the Romantic tradition to answer a provocative question about film objectivity posed from a social sciences perspective. In Les Blank’s film exploring the production of his later work *Fitzcarraldo*, Herzog overtly says that his film should not end up as a documentary about the Campas tribe or an ethnographic film (Blank, 1982): as if ethnographic filmmakers have lacked of imagination in their pedantry of methods, an imagination that Herzog himself in his own cinema connects up with ideas of fabrication and stylization, the former pointing towards the incredible efforts Herzog makes to create the conditions of his work and the latter his epic filmic methods and spectacular aims of cinema. Not by chance, even when the characters appearing across his filmography are scientists, engineers, anthropologists and other ‘men of reason’, they all share with Herzog a Romantic spirit of madness and passion; and Herzog himself has had a lifelong dream of joining the NASA to film from the outer space (Cronin 2002: 67) and he continues to dream of a ‘cosmic’ consciousness until his more recent films. In this vein, Herzog damns ethnographic cinema of either intellectualism or naïve conventional notion about the ‘goodness’ of things: the last few points of the Minnesota Declaration are entirely about this—men of science do not begin with any intellectual or affective assumptions about the universe. Similarly for Herzog, any belief in a psychological sort of positivity assumed by the filmmaker on behalf of the site of filming ‘simplifies’ the filmmaking process; taking history, nature and the cosmos as fundamentally indifferent to humanity would instead allow for the production of resistance that would then have to be broken through with the attainment of an ‘ecstatic truth’. His main belief is that “there are deeper strata of truth in cinema, and there is such a thing as poetic, ecstatic truth [that] can be reached only through fabrication and imagination and stylization” (from the Minnesota Declaration, quoted in Cronin, 2002: 301-302).

⁴ The Minnesota Declaration is a film manifesto penned by Herzog in 1999—a statement of rules concerned with the ways in which reality is conveyed and documented in film. Herzog provocatively claims that it was after watching hardcore pornography in a Minnesota hotel room that he realized that there was more ‘truth’ in that kind of film than in traditional documentary films (Cronin, 2002: 239).

Aguirre moves on mainly through a very physically direct and intense conveying of the 'reality' of bodies struggling against harsh conditions of passage and human and natural depredations. The myth of the jungle—and not the one of El Dorado chased by the colonizers, is the actual constructive idea perpetuated through the whole film. The bearers of the Western civilization, the Spanish conquistadores, are completely overwhelmed by the wild nature. Many of the soldiers vanish into the jungle. The same destiny befalls the mixed race woman Doña Ines de Atienza who walks into the wilderness as if in a sort of trance, and even a horse gets thrown out of the raft to then disappearing in the jungle without a trace; both metaphorically returned to nature from civilization.⁵ In *Aguirre*, the ethnographic Other—the fictive tribesmen hidden in the jungle whose presence is never at the forefront of any scene, is at one with nature, and participates in its elemental violence, killing one by one the conquistadores with arrows, lances and traps. The very idea of (Western) civilization seems irreconcilable with the wild savagery of the natives. For most of the film, the only South Amerindians we see from close distance are the Hispanicized subalterns attached to the expedition. But Herzog himself seems not to consider them as 'authentic' indigenes. In fact we see these 'civilized' natives get weak and die easily throughout the expedition, succumbing to maladies as trivial as common cold.

Herzog's legendary cruel treatment of his cast and crew here takes on an epistemic dimension in his project to re-imagine the first encounter of Westerners with the primordial savagery of nature; as well as an experiential dimension in teaching modern human beings (including himself) a lesson in the actual stakes of human life. On the one hand, the re-enactment of the Spanish imperial experience in modern times through the making of the film highlights the degrading effects of the original colonial venture; and in a certain sense in making the actor Klaus Kinski an alter-ego for himself and the central protagonist of all three films *Aguirre*, *Fitzcarraldo* and *Cobra Verde*, Herzog acknowledges that both Kinski and him belong in a certain sense to the genealogy of these 'fallen angels' of colonialism. On the other hand, it compels the White Man to deconstruct their civilized self in an encounter with primordially savage and cosmically vast nature. But the actual experience of working in hostile ecologies also very literally increases the load of labour on the director and actors and crew who regress back to simple modes of transport to be historically accurate or eat in a similar way as early colonials did and thereby adds to the demands for 'athleticism' to make the film. The colonial encounter with the cosmos was epic exactly because it was less materially advanced and therefore had to confront nature in very difficult 'athletic' ways. Just as the civilizational has been progressively disappearing throughout the expedition, the film ends with a solitary Aguirre now

⁵ Returning to/blending with nature continues to be a topical issue across Herzog's filmography, one which perhaps reaches its culmination in *Grizzly Man* (2005), with the protagonist, Timothy Treadwell, being eaten up in his attempts of living among Alaskan wild bears and becoming 'one of them'.

coming to terms with nature; as if the discovery of new cosmic scales of sensory experiences in the wilderness would cure humanity of its alienation from nature. There is an ironic lesson we are left with at the end of *Aguirre*—while the tribes of the Amazon basin are well in line with nature's ways, the modern human being would have to dig deeper into the personal savage unconscious to survive; and perhaps become some kind of an ancestor godhead in the world of the monkeys.

The *mise en scene* and film editing do not produce a narcissistic identification of the spectatorship with the adventurers, typical of Hollywood's spectacular productions. Instead, the audience is supposed to participate in the boom and bust of a spectacularly corrosive nature alternating with calm expansive immersion interrupted from time to time by dramatic action or dialogue often connoted by Herzog's trademark buffoonery and absurdism which however has little role in character development. Characters either speak in very distanced ways or are disinterestedly cantankerous with one another or resort to blatant rhetoric all of which distance us from them. We do not comprehend what really is at stake for the adventurers. What we get is characters placed along a line between two kinds of trance-like states—a depressive trance-like state that most of the conquistadores seem to have descended into and a psychotic trance for a hyper-organic liveliness in Lope de Aguirre. Lead actor Klaus Kinski's gesturing and his way to enter and occupy the frame stand in stark contrast with the static acting of the others—many of whom were non-professional actors, seemingly under some sort of hypnosis. Kinski's is the only character 'coming alive' in the Amazon forest, with the rest of the troops dying off in their shock of encountering the vast turbulent scales of nature. Nature is an active force—the actual Other and antagonist character of the film; and the invisible tribesmen hiding in the jungle are the only ones who show ability to blend with the cosmos.⁶ In the only sequence where we (and the Spanish troops) can see the Other in proximity (on the raft mid-river) we can read Herzog's subtextual criticism against both cultural and military colonialism. If there is a real 'savage' there must be the colonizers who entrust themselves to a book, the Bible, in the name of which they brutally murder the indigenes. The Western subject is deconstructed down to a brute survival in menacing nature and therefore approaching the conditions of 'primitive' indigenes, the 'ethnographic' subject, but having none of the cultural systems that the locals have invented for themselves to cope with the savagery of nature. If the conquest of the Amazon by Spanish imperialism had to become myth precisely in order to hide the savagery of the experience of colonialism then Herzog dispels the myth by setting the colonial adventure in the original location of the Amazonian jungle

⁶ According to Richards, presenting the wilderness as synonymous with the indigenous would be a symptom of Herzog's exoticism (2006: 62), one which seems to point to a reification of the Other: for instance, when he likens the tribesmen he was working with in *Fitzcarraldo* to 'lions' (Blank, 1982), something unacceptable according to the tenets of ethnography. And yet for Herzog these 'lions' are not just ethnographic subjects to be studied but central reference points for his life in the Real.

as *such* and letting the force of nature take away all romantic stylization of the presentation of the event. In Herzog's scheme of things El Dorado is not a myth as used by popular adventure cinema again and again but a very real delusion that could be harboured by all three lead players in the game—Lope de Aguirre, Klaus Kinski and Herzog himself.

3. The anti-ethnographic epic ethnography of Werner Herzog

A very important dimension of the challenge Herzog poses to the practices of ethnographic cinema in *Aguirre, the Wrath of God* would be lost if we missed the insistence of Herzog on pushing his crew into a real ethnographic adventure following the very possible 'reality' of the delusion of El Dorado within the 'inner circle' of the film. In a certain sense Herzog's famous use of hypnotism on the cast of his later film *Heart of Glass* (1976) would precisely achieve this—the belief in all cast in the mad quest that the glassmaker central character of the story is possessed by. Herzog has always insisted on his collaborators having an absolute belief in all the fictions that his physical athletic quests for a huge encounter with the cosmos were set within. For Herzog, the madness of El Dorado dissolves in the struggle with nature but in turn transfers its intensity to a visceral struggle with natural forces and human war leading to a deeper understanding of the natural basis of the ethnographic. A suicidal delirium to become one with nature it seems would be a necessary preliminary step if at all the experiential terrain occupied by ethnography—the human being in nature, is to be investigated for its mysteries. Herzog, sets out his 'cosmic history' and 'cosmic ethnography', wherein the camera and the transformative qualities of cinema assume a central role in reformulating the relation structure/event where the structure is traversed savagely by the event called 'Aguirre' culminating in the eventuation of that event in the last scene at an inhuman scale of perception. Undermining the centrality of rationality, Herzog, like his German Romantic forbearers, would marvel at the irrational heroism of life against conditions that are life-destructive—an heroism entailing a regression to an elemental confrontation with nature in all its cosmic glory. Cinema would be the elected mode of such confrontation.

The notion of athleticism of filmmaking is certainly not a new idea in the history of cinema. It suffices to think of Dziga Vertov and his *Man with the movie camera* (1929) to get a sense of foundational workings of such an idea. On countless occasions, Herzog has underlined the use of 'athleticism' in his films to the point of fetishization, a viewpoint built as an irritable almost visceral reaction to directors working with 'profundity' of emotions or ideas or institutional ideologies. Methodologically too, Herzog believed that a certain kind of punishing physical 'athleticism' of the filmmaking process was necessary to access the 'ecstatic truth' in the human touching the cosmic: the weight of artifice that the costuming, recreation of the colonial past in the most exacting of ecological conditions and construction of devices such as rafts and steamboats (as in *Aguirre* and *Fitzcarraldo*, respectively) or

orchestrating grand historical events as a tribal war (as in *Cobra Verde*), all made the filmmaking process that much more athletic and therefore exerted the human being that much more beyond habit to reach out to grander scales of sensory perception. Hence for Herzog the limits of ethnography are therefore reached at the moment of Act, the Event that ruptures the fabric of the everyday irretrievably towards the transcendental.

Once we have traversed the terrain of Herzog's 'athleticism' of filmmaking in order to reach an 'ecstatic truth' through the process of making a film, the contrasts with the methods and goals and aims of ethnographic cinema begin to become clear. While working in the same context of classical ethnographic cinema—the Other of Western modernity, Herzog has entirely different methods and artistic aims. Unlike Herzog, the ethnographic filmmaker is never allowed to believe that he or she might have become one with the context of work; even when challenging the non-interventionist approach of ethnography by using stylization, fictionalization and reflexive methods or announcing its constructed-ness, as it occurs in the modernist ethnographic cinema of Jean Rouch. Rouch himself distinguishes the trance state of the filmed subjects from the cine-trance of the filmmaker by claiming "because I made films, I have never been possessed" (Russell, 1999: 219) and hence alluding to an existing distance between the ethnographer and the people being studied. Of course, the very goals of Herzog's cinema are absolutely the opposite of ethnographic cinema's—a certain ethical dimension of epistemological labour for the latter maintained throughout as a sustenance of various orders of difference that emerge between filmmaker and site while making the film; and irrational cosmic experiences in the former by defeating the orders of difference through an 'athletic' cinema. If in an ethnographic film the senses of a film lie somewhere 'in between' the subjects filmed and the filmmaker's experience then with Herzog we are supposed to physically swept across the experience of the film without any sort of 'in-betweenness' possible between us, the filmmaker and the context of the film. Even the most poetic of ethnographic cinema will yield a stubborn residue of the intellectual when measured up against the 'ecstatic' method of Herzog's. Ethnographic cinema when well practiced leave us with a potential history emerging between various worlds in contact and in the end make us 'think' about this potential history recovered from an intersubjective unconscious produced during the making of the film. Herzog on the other hand would resist the idea of the thinking about his films wanting his audiences to instead experience his films as intense physical drama that redeems an alienation from nature. Finally, while ethnography seeks to make authorship intersubjective, Herzog is not interested in such things at all—his films are very clearly an artist's personal quest for the 'ecstatic truth'.

Aguirre, the Wrath of God began a new chapter in the ongoing dialogue between Herzog and ethnographic cinema, a more intense one both in terms of the Non-

Western context he chose to shoot in and the increasingly 'live' participatory manner in which he shot the films on a very personal note as well as the dangers he courted in doing so. In *Aguirre* it seems Herzog renounces distance from the ethnographic terrain altogether and immerses himself and his crew in it. The film could be read as an elaborate pantomime where everyone else dies in the attempt to come to terms with the very ground of the 'context' for ethnographic cinema, nature itself, leaving only one survivor—Lope de Aguirre/Kinski/Herzog. It is as if in surviving the shoot Herzog feels he gains the right to enter the domain of the ethnographic with apt credentials. *Aguirre* seems to be a recce for what is to come but with full participatory athleticism in the real to come to terms with the ground of action. If there is any ethnographic subject in the film it is Aguirre in the last scene at home amongst the monkeys mid-river—the White Man curiously suspended between absolute historic defeat and a primordial and absurd kingship in the wild. Herein lies the ambiguity of Herzog's filmic incursions in various phases of the colonial experience (*Aguirre*, *Fitzcarraldo*, *Cobra Verde*): is the White Man deconstructed for his savage colonial violence, in the past as in the present, or is he shown up in precisely this violence as a savage form of energy purer and in some senses prior/foundational to the non-Westernized peoples? This might have been so for, if in *Aguirre* the subjects of ethnographic cinema—the 'real' indigenous people are invisible, then in *Fitzcarraldo*, the next outing in Amazonia with Klaus Kinski playing the director's evil twin once more, we shall see a head-on collision between the White Man and the ethnic in what would turn out to be the most controversial film in Herzog's career and his most spectacular intersection with the practices of ethnographic cinema, particularly the dangerous sequences shot in the rapids of Pongo de Manique and the one of the huge steamboat being dragged from one river tributary to the other by the physical action of local tribesmen; whereas in *Cobra Verde* (shot in Ghana, Colombia and Brazil) Herzog resorted to explicitly ethnographic-style imagery, recreating rituals and dances performed for the camera in front of an actual African royal, King Nana Agyefi Kwame II and his 300 actual courtiers, by the subaltern bodies of local non-professional actors recruited in post-colonial Ghana. Against the almost mute encounter between the conquistadores and the indigenes in *Aguirre*, we have in *Fitzcarraldo* and *Cobra Verde*, a more complex interaction between the two, where the White Man and the Other can do things together through some kind of intelligibility of each others' intentions—although the circumstances of their production made both projects more ethically ambiguous⁷, with Herzog receiving accusations of exoticism, primitivism, paternalism and tyranny towards the subjects of his films (for example, see Richards, 2006: 55-64, Russell, 2021: 237).

7 In this regard, of great interest are the films *Burden of Dreams* (Blank, 1982) and *Location Africa* (Gruber, 1987) documenting the production of *Fitzcarraldo* and *Cobra Verde*, respectively.

4. Concluding remarks

From *Aguirre* onwards, Herzog's films would make more and more prominent the one element of ethnographic cinema that the ethnographic hides—the glorious cosmic beauty of nature itself, the epic sublime. It introduces taboo words like 'beauty' and the 'sublime' that the ethnographic would avoid at all costs, in addition to words like 'epic', 'spectacle' and so on. If the 'ethno' of the ethnographic tied the cinematic form of the discipline to human life and society, then Herzog would over time increasingly make human beings irrationally at the mercy of a vast but beautiful natural universe where the only thing that counted first and last was the heroic gesture to survive and not structuralist games of clan and territory. Herzog's cinema asks ethnographic cinema questions about the avoidance of the universe's and nature's epic scale defining human life on behalf of the lives of the people it caught on camera.

Herzog's challenge to ethnographic cinema would be radical in its emphatic critique of the intellectual legacy informing Rouch and the ethnographic cinema that followed—the Enlightenment, modernity, structuralism Marxism, postcolonial guilt, etc.—and instead rooting oneself in the legacies of the aesthetic practices of anti-modern aestheticians of the irrational. In the denial of history as the limit of aesthetic work and its fundamental assumption of an emancipatory collective drive and in championing the arbitrariness of survival through an irrational act, Herzog was going against everything that ethnographic cinema was setting out to do. And it is precisely in the total withdrawal of the rational from the scene of cinema that nature and cosmos can emerge in their full scale. The chatter in structure and communication has been withdrawn towards a final confrontation of nature and a singular will (which could in practice be a collective under the trance of the filmmaker). History would be something to be traversed towards something more transcendently foundational of life. In Herzog's cinema (let us think of his very first feature *Signs of Life* where the soldier Stroszek goes crazy while watching a vast plain with over 10.000 spinning windmills) madness begins as soon as human beings seek to know the world in rational ways; rationality or the expectation of any stability to intersubjectivity between individual and the world for Herzog is a form of madness.

A matter that remains open is whether and how Herzog's ethnographic impulses could be linked with the cinema of Jean Rouch, Maya Deren or Glauber Rocha who all innovate filmmaking by practising a combination of anticolonial politics with West African possession rituals sometimes termed as "trance-modernism" (Shohat & Stam 2012: 36-37, Stam et al. 2015: 246-251). Indeed, much of Herzog's early filmmaking has a very direct link with the project of ethnocinema as proposed by his pioneer, Jean Rouch (Rouch & Feld, 2015). A trained civil engineer who first went to French West Africa to supervise onsite construction projects, Rouch began his film practice guided by his training in the social sciences, very specifically in structural anthropology and ethnography (Paris was at the time not only the 'metropole' of a

colonial empire but also the centre of a new ethnographic wave being developed by the likes of Marcel Mauss, Marcel Griaule, Michel Leiris, Claude Lévi-Strauss, among others). The relationship between Herzog's cinema and the project of ethnographic cinema is a complex one and increasingly turns negative with mutual suspicion on either side over the passage of time, particularly ever since the Anthropocene hypothesis has made humanity more aware of the environmental risks of its actions. At least from Herzog's side, there seems to be a downright disdain for conventional ethnographic cinema, perhaps only surpassed by his disregard for mainstream Hollywood. Yet, when Herzog had begun his career he had admired Jean Rouch's *Les maitres fous* (1955) and had relentlessly tried to emulate and foster it as a method for his own cinema. *Les maitres fous* shows a ceremony of a West African religious sect, the Hauka, whose entranced members are possessed by various spirits associated with the Western colonial powers, producing a cunning critique of the reality of colonialism. Herzog would directly reference the Rouch film and his fascination for possession rituals in *Heart of Glass* (1976) for which he claims he collectively hypnotized the actors to reach a sort of trance-like state. *Fata Morgana* (produced in 1969 and released in 1971) probably looks the closest to Rouch's cinema and its notion of 'cine-trance', particularly for it was shot in Africa and saw Herzog in trance filming landscapes and people who too seemed to be in some kind of trance. But immediately after that, with *Aguirre*, Herzog takes a turn towards a new kind of fiction filmmaking that explicitly links the realm of the ethnographic with the epic scales of the colonial experience. Why? Well, perhaps for Herzog the global scale of colonial history always remains the most expansive, albeit delusional, scale of the cosmos that human beings sought to experience in life on earth.

The interesting thing to note here is that all such projects, from Rouch's ethnocinema to Herzog's fiction and non-fiction films, share a set of common idealistic goals—the need to understand a new world order in which cultures were being brought into a single frame of reference in an emerging collective global consciousness by the onset of modernization in the postcolonial world and to critique the telos of progress that was also causing great harm to non-modern societies. The fact that Herzog, like many other filmmakers of that time both in the West and the so-called third world, was taken up by the Rouch's moment and then moved on to make the films he made from the early 1970s onwards shows how no ideological telos can be attributed to the legacies of Rouch's ethnographic cinema. Herzog would get fascinated with the human-nature interface in Rouch's cinema and take that towards different horizons, well beyond the historicism defining Rouch and the cinema it inspired, despite all disavowals of historicism in the guise of structuralism. And today Herzog's 'ideological' legacy for contemporary environmentalist thinkers and theorists of the Anthropocene does indeed become an ironic one on many counts, being the 'anti-intellectualist' Herzog often acclaimed by the leading progressive

thinking of a historical era and his cinema as being ‘ideologized’⁸; whilst his *modus operandi* in earlier films such as *Aguirre*, *Fitzcarraldo* or *Cobra Verde* (undoubtedly problematic on several counts) would be now seen largely in a negative light. As a matter of fact, it may be argued that the ideas popularized by the advocates of the Anthropocene theory alongside the ethnographically tinged criticism of Herzog’s epic films such as *Aguirre*, *Fitzcarraldo* and *Cobra Verde* probably were a very important reason why funding dried up for Herzog’s big cinema projects from the late 1980s onwards, leaving him to mostly undertake smaller-scaled projects financed as products of ‘high’ culture by a mix of public and private sources largely by virtue of his reputation and symbolic capital.

What is interesting here is Herzog’s epic fiction cinema opening up lines of emancipation for the terrain of ethnographic cinema’s beyond its narrow definition by institutional framings, in some ways challenging ethnographic cinema maximally to go against its own grain, to confront its fundamental taboos and fetishistic disavowals that may crucially subvert *a priori* its own utopian goals. Indeed, this is not to dismiss the problematic nature of Herzog’s ventures but to point out that looking at his cinema from a very conventional point of view of institutional ethnographic cinema produces a simplification that misses the aims of his projects as well the opportunity to assess the question that Herzog asks of ethnographic cinema. In *Aguirre* Herzog attempts to pass through something that would be unimaginable for ethnographic cinema—the Real itself. Of course the very formulation of this would make Herzog’s cinema a suicidal one and suicide of course is never the goal of ethnographic cinema that remains on ‘this side’ of rationality even while suspending it in an intersubjectivity. And it is from this point on that the confrontation with ethnographic cinema begins which would culminate in the Minnesota Declaration of 1999 wherein Herzog would excoriate *cinema vérité* for its superficiality and its basis in ‘facts’ against his quest for the ‘truth’. Point 9 in the declaration announces, “the gauntlet is hereby thrown down” (Cronin, 2002: 301-302).

Of course, then and there the gulf between Herzog and the project of ethnographic cinema opens up around the word ‘truth’. If there is one word *against* which the entire critical exercise of ethnographic cinema is based it is this word. For truth is seen as the foundational sin of Western modernity, based on the doctrines of the Enlightenment, whereby the West appropriated all claims to ‘truth’ supposedly resulting from the methodological rigour of its epistemological exercises and used the force of this ‘truth’ to dominate the world. Ethnographic cinema’s aim of attainment of an ethical intersubjectivity is precisely aimed to suspend the idea of a

⁸ I think about films such as *Where the Green Ants Dream* (1984), *Lessons of Darkness* (1992), *The White Diamond* (2004), *The Wild Blue Yonder* (2005), *Encounters at the End of the World* (2007), *Cave of Forgotten Dreams* (2010), *Into the Inferno* (2016), *Fireball: Visitors from Darker Worlds* (2020) which have contributed to a sensitization towards the environmentalist discourse.

'truth', singular and located within a rational subject. And in invoking the term, Herzog then and there produces an irredeemable divide between himself and ethnographic film. In some senses, Herzog's aims and methods seem somewhat closer to his friend Bruce Chatwin's than to Jean Rouch's—an affinity he himself would point out in the 2019 film *Nomad: In the Footsteps of Bruce Chatwin*. And yet, his cinema continues to raise certain critical questions about the very definition of ethnographic cinema, its emancipatory project and the attempts made by generations of filmmakers to reel in the ethnographic into macro-historical considerations.

Herzog's cinema is in fact insistently about an 'other', whether is "the otherness of a landscape or a person" (Elsaesser, 1989: 118); and at times such 'otherness' is located on a similar terrain to that occupied by ethnography. In so doing Herzog propels us into a confrontation with an institutionalised model of visual anthropology built on distanced criticality (one can never claim absolute knowledge of the Other) and an implicit need for an ethical dialogue with the filmed subjects (the Other is culturally different from the filmmaker's whose ways of belief need to be respected on their own terms). As Johannes Fabian argued in his classic *Time and the Other*, the encounter between the anthropological Self and the ethnographic Other is often characterized by a "schizogenic use of time" that goes against the grain of intersubjective dialogue, particularly in the use of the "ethnographic present" tense—producing what he termed the "allochronism of anthropology", "the denial of coevalness" between the anthropologists and their object of study (1983). According to Fabian, the critical distance maintained by anthropology would hence not be solely a matter of spatial distance, but one which ultimately conceals the temporal dimension from the Other and perpetuates hierarchical patterns.⁹ Herzog's films instead attempted to snatch the ethnographic away from the everyday serial continuity and micro-sensibilities of documentary ethnographic cinema—which amounts in some senses to Fabian's "ethnographic present" —while using certain other properties of the ethnographic itself towards other goals: a confrontation between ethnographic cinema and its big Other—epic cinema and more specifically, History with an H, in opposition to which ethnographic cinema and its parent discipline anthropology define their methodological rigour.

BIBLIOGRAPHICAL REFERENCES

- Bourdieu, Pierre. (1980), *The logic of practice*. Stanford: Stanford University Press.
- Chatwin, Bruce. (1980). *The Viceroy of Ouidah*. London: Jonathan Cape.
- Clifford, James. (1988). *The Predicament of Culture. Twentieth-Century Ethnography, Literature and Art*. Cambridge: Harvard University Press.

⁹ Though out of the scope of this paper, the relationship between anthropology and history has generated a longstanding theoretical debate over the last decades. Besides the seminal work by Fabian critiquing the anthropological enterprise as informed by the legacies of cultural relativism and structuralism, one could add the contributions by Bourdieu (1980), Clifford (1988) and Geertz (1990), with the latter being perhaps one of the most prominent advocates for a reconciliation between the two disciplines.

- Crawford, Peter, & Turton, David. (1992). *Film as ethnography*. Manchester: Manchester University Press.
- Cronin, Paul. (2002). *Herzog on Herzog: Conversations with Paul Cronin* (1st ed.). London: Faber and Faber.
- Elsaesser, Thomas. (1989). *New German cinema: A history* (1st ed.). New Brunswick: Rutgers University Press.
- Fabian, Johannes. (1983). *Time and the Other. How Anthropology makes its object*. New York: Columbia University Press.
- Geertz, Clifford. (1990). History and Anthropology. *New Literary History* 21(2): 321–335.
- Griffiths, Allison. (2002). *Wondrous difference: Cinema, anthropology, & turn-of-the-century visual culture*. New York: Columbia University Press.
- Heider, Karl. G. (2006). *Ethnographic film: Revised edition*. Houston: University of Texas Press.
- Richards, Keith. (2006) Export mythology: Primitivism and paternalism in Pasolini, Hopper and Herzog. In: Dennison, S. and Hwee Lim, S. (eds) *Remapping world cinema: Identity, culture and politics in film*. New York: Wallflower Press (pp. 55–64).
- Rouch, Jean, & Feld, Steven. (2003). *Cine-ethnography* (Volume 13) (Visible Evidence) (First edition). Minneapolis: University Of Minnesota Press.
- Russell, Catherine. (1999). *Experimental ethnography: The work of film in the age of video* (Illustrated). Durham: Duke University Press Books.
- Russell, Catherine. (2021). Amazon cinema: Vegetal storytelling. In: Cahill J. and Caminati L. (eds.) *Cinema of explorations: Essays on an adventurous film practice*. London: Routledge (pp. 228-243).
- Shohat, Ella, & Stam, Robert. (2012). *Race in translation: Culture wars around the postcolonial Atlantic* (1st ed.). New York: NYU Press.
- Stam, Robert, Porton, Richard, & Goldsmith, Leo. (2015). *Keywords in subversive film / media aesthetics* (1st ed.). Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Tobing Rony, Fatimah. (1996). *The third eye: Race, cinema and ethnographic spectacle*. Durham: Duke University Press.

FILMOGRAPHY

- Blank, Les. (1982). *Burden of dreams*. Flower Films.
- Gruber, Steff. (1987). *Location Africa*. Alive Film & Video Productions.
- Herzog, Werner. (1971). *Fata Morgana*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (1972). *Aguirre, the Wrath of God*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (1976). *Heart of glass*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (1982). *Fitzcarraldo*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (1984). *Where the Green Ants Dream*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (1989). *Cobra Verde*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (1989). *Wodaabe: Herdsmen of the Sun*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (1991). *Jag Mandir*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (1992). *Lessons of Darkness*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (1996). *Bells from the deep: Faith and superstition in Russia*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (1999). *Lord and laden: Christ and demons in New Spain*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (2001). *Pilgrimage*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (2002). *Ten thousand years older*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (2003). *Wheel of time*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (2004). *The White Diamond*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (2005). *Grizzly Man*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (2005). *The Wild Blue Yonder*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (2007). *Encounters at the End of the World*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (2010). *Cave of Forgotten Dreams*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (2016). *Into the Inferno*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (2019). *Nomad: In the Footsteps of Bruce Chatwin*. Werner Herzog Filmproduktion.
- Herzog, Werner. (2020). *Fireball: Visitors from Darker Worlds*. Werner Herzog Filmproduktion.

Rouch, Jean. (1955). *Les maitres fous*. Les Films de la Pléiade.

Rouch, Jean. (1961). *Cronique d'une été*. Argos Films.

Nico Psaltidis. Ethnographer, filmmaker and researcher at Pompeu Fabra University. CaSEs - Department of Humanities, Universitat Pompeu Fabra, C/Triass Fargas 25-27, 08005 Barcelona, Spain. E-mail: nico.psaltidis@upf.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4404-9442>.

Receção: 01-09-2022

Aprovação: 02-12-2022

Citação:

Psaltidis, Nico (2022). Rewatching Aguirre, the Wrath of God: athleticism, cine-trance and the legacy of Waner Herzog's anti-ethnographic 'cosmic' ethnography. *Todas as Artes: Revista Luso-Brasileira de Artes e Cultura*, 5(2), pp. 32-48. ISSN 2184-3805. DOI: 10.21747/21843805/tav5n2a2

A MÚSICA MOVIMENTA A CULTURA E INSPIRA A LUSOFONIA: PELO INTERIOR DE CABO VERDE AO (RE)ENCONTRO DE PORTUGAL

MUSIC MOVES CULTURE AND INSPIRES LUSOPHONY: FROM THE INTERIOR OF CAPE VERDE TO THE (RE)ENCOUNTER WITH PORTUGAL

LA MUSIQUE SUSCITE LA CULTURE ET INSPIRE LA LUSOPHONIE: DE L'INTÉRIEUR DU CAP-VERT À LA (RE)RENCONTRE DU PORTUGAL

LA MÚSICA AGITA LA CULTURA E INSPIRA LA LUSOFONÍA: DEL INTERIOR DE CABO VERDE HASTA EL (RE)ENCUENTRO DE PORTUGAL

Catarina da Silva

Universidade do Porto, Faculdade de Letras, Portugal

Paula Guerra

Universidade do Porto, Faculdade de Letras e Instituto de Sociologia, CITCEM, CEGOT, Dinâmia'CET, Griffith Centre for Cultural Research, Porto, Portugal

RESUMO: O nascimento de uma esfera crioula em Portugal vem acompanhada de ritmos sustentados na morna, no batuque, na coladeira e no funaná nos quais, novos semblantes musicais vêm movimentar o corpo e casar a pele. Estas esferas, estabelecidas a partir de Cabo Verde, direcionam e futuram Lisboa como nova, ousada, ativa e próxima de África que, cantada a partir de diversas latitudes, aventura o reencontro de discursos, fluxos e raízes. Este artigo destina-se nesse sentido: a partir do processo de revisão bibliográfica a abordagem documental articula perspectivas e mobiliza dinâmicas na demanda de circunstâncias e casualidades multiformes, onde a música é aliança de um tempo reconquistado. Unem-se ritmos e dentro de um só celebra-se a memória e a identidade. Existem lugares que se reiniciam. Este é um deles.

Palavras-chave: Cabo Verde, Lisboa, fluxos musicais, multiplicidade, união.

ABSTRACT: The birth of a Creole sphere in Portugal is accompanied by rhythms sustained in morna, batuque, coladeira and funaná in which new musical semblances come to move the body and marry the skin. These spheres, established from Cape Verde, direct and future Lisbon as new, daring, active and close to Africa which, sung from different latitudes, ventures the reencounter of discourses, flows and roots. This article is intended in that sense: from the bibliographic review process, the documental approach articulates perspectives and mobilizes dynamics in the demand of multiform circumstances and casualties, where music is an alliance of a reconquered time. Rhythms are united and within a single one, memory and identity are celebrated. There are places that restart. This is one of them.

Keywords: Cape Verde, Lisbon, musical flows, multiplicity, union.

RÉSUMÉ: La naissance d'une sphère créole au Portugal s'accompagne de rythmes soutenus en morna, batuque, coladeira et funaná dans lesquels de nouveaux semblants musicaux viennent émouvoir le corps et épouser la peau. Ces sphères, établies depuis le Cap-Vert, orientent la et future Lisbonne comme nouvelle, audacieuse, active et proche de l'Afrique qui, chantée sous différentes latitudes, ose la rencontre des discours, des flux et des racines. Cet article se veut dans ce sens: à partir du processus de recension bibliographique, l'approche documentaire articule des perspectives et mobilise des dynamiques dans l'exigence de circonstances et d'accidents multiformes, où la musique est l'alliance d'un temps reconquis. Les rythmes sont unis et au sein d'un même, la mémoire et l'identité sont célébrées. Il y a des endroits qui redémarrent. C'est l'un d'eux.

Mots-clés: Cap-Vert, Lisbonne, flux musicaux, multiplicité, union.

RESUMEN: El nacimiento de una esfera criolla en Portugal se acompaña de ritmos sostenidos en morna, batuque, coladeira y funaná en los que nuevas apariencias musicales vienen a mover el

cuerpo y casarse con la piel. Estos ámbitos, establecidos desde Cabo Verde, directos y futuros de Lisboa como nueva, atrevida, activa y cercana a África que, cantada desde distintas latitudes, aventura el reencuentro de discursos, caudales y raíces. Este artículo se propone en ese sentido: desde el proceso de revisión bibliográfica, el abordaje documental articula perspectivas y moviliza dinámicas en la demanda de circunstancias y casualidades multiformes, donde la música es alianza de un tiempo reconquistado. Los ritmos se unen y en uno solo se celebra la memoria y la identidad. Hay lugares que reinician. Este es uno de ellos.

Palabras-clave: **Cabo Verde, Lisboa, flujos musicales, multiplicidad, unión.**

1. Aproximação

Enquanto elemento explicativo de processos sociais, o universo musical cabo-verdiano em Portugal aprofunda uma realidade de variados géneros e formas. Nesses múltiplos contornos, a morna, o batuku, a coladeira e o funaná são exemplo do mencionado: como figuras musicais, integram-se nas práticas de sociabilidade e entretenimento da população e transformam-nas em elementos do cenário cultural português. Estes géneros musicais nascidos a partir de um específico contexto são hoje envolvidos de mutações históricas reveladoras da forma como os “indivíduos pensam, agem e vivem, seja consigo próprios, seja na relação com a comunidade” (Belanciano: 12). Através de Dino d´Santiago, Mayra Andrade, Sara Tavares, Lura, Fogo Fogo e Kriol é possível traçar o percurso dessas expressões onde a música não é apenas música, “é também experiência social. É lugar de debates e confronto de ideias. É cultura e maneiras de pensar. É uma das formas mais arcaicas de atribuir identidade (Belanciano: 11). A atividade dos cantores encena uma lógica explicativa de transformações culturais que categorizam a música no quadro das trocas sociais e que, percebidas na soma de todas as pertenças, tornam-se resultado de particulares circunstância e múltiplas formas de cruzamentos territoriais. Enquanto ser, sentir, mover e fazer da vida social, a música espelha a estrutura de onde emerge e assume uma importante função na esfera cultural análoga ao artista e ao seu meio.

É a área metropolitana de Lisboa que acolhe a mais expressiva população e com ela os artistas que cantam a cidade. A diáspora é dinâmica e significativa e a narrativa de inspiração nasce da mistura, da necessidade de fazer nascer pontes e centrar os processos socio-históricos nonexo de práticas contextuais. A maioria dos cabo-verdianos têm uma tradição e uma herança migratória que os une a Portugal, que começou no século XVI ou XVII e que atualmente se consolida na liberdade individual, na diversidade artística e na ação conjunta que permite que os referentes culturais portugueses e cabo-verdianos se cruzam de forma vária e multiforme (Góis, 2008: 12). A produção musical é feita em português e em crioulo, potencializada pelos encontros e cruzamentos interculturais num plano de representações e contextos relacionais em que Lisboa é lugar de integração, produção e reconstrução identitária e produto emergente dessa interação.

Do ponto de vista estrutural procede-se á revisão do estado da arte no domínio da sociologia da música onde a questão envolta da cultura e da identidade norteiam a pesquisa, situam a problemática e o enquadramento teórico. Partimos de uma estratégia metodológica que contempla a análise de vários aspetos ligados diretamente à atividade dos e á representação identitária dos músicos e que, através da análise de discursos dos vários e de referências de cunho jornalístico se notaram práticas e dinâmicas vivas em contexto diaspório.

2. Estado da arte

Em conformidade com uma introdutória exploração bibliográfica é determinante a obra *Não dá para ficar parado – Música afro-portuguesa. Celebração, conflito e esperança* de Vítor Belanciano. A dimensão musical das segundas e terceiras gerações afro-descendentes serve de base para o conhecimento da realidade portuguesa e europeia onde detalhadamente o autor descreve contornos acerca da estrutura social e cultural com enfoque nas práticas múltiplas de manifestação sonora. Como espaço de acesso a processos sociais que motivam a reflexão sobre os sujeitos que integram essas estruturas, as descrições entregues por Vítor Belanciano exploram a música como objeto e instrumento que embala manifestações de grupo numa dinâmica indagada de significados, contextos e circunstâncias coletivas inteiradas de uma totalidade de referentes que servem de entendimento acerca do modo como esta comunidade ordena, guia e mapeia as suas ações sociais.

O levantamento de uma sólida base documental julga-se fundamental para uma sequente decomposição e análise temática onde a revisão acerca do conceito de identidade se mostra relevante para a contextualização do estudo e ajustado entendimento relativo ao mesmo. Nesta lógica, visto a música ser produto e criação do seu lugar de significação, o correspondente sistema de movimento, envolvimento e contexto refletem a cultura dentro da qual é desenvolvida e a identidade a ela aproximada. Aqui, amparamo-nos em Clifford Geertz e na sua obra *A Interpretação das Culturas* (1989), em que o antropólogo reitera que á luz do contexto onde se inserem, as experiências comuns constrói-se num fluxo total de processos pelos quais os indivíduos experimentam, interpretam e criam sistemas organizados de símbolos nos quais as práticas e as atividades sociais se cumprem e como a partir delas se constroem identidades. A totalidade acumulada desses padrões simbólicos orienta e regula o comportamento do individuo no conjunto dos seus planos, receitas, regras e instruções onde, por intermédio da construção de eventos e realidades às quais se atribui valor e significado, os símbolos e representações integram as unidades e componentes identitárias. Fazer uma leitura do significado da música em contexto ritualista exige a compreensão da dimensão simbólica desses símbolos que criam um contexto de ação onde o uso e o modo como os mesmos são interpretados afirmam pertenças a um processo de construção identitária, tanto de um sujeito como de uma comunidade.

A dimensão dos processos identitários que vivem ao longo das práticas e dos discursos são concretizados por meio das participações na cultura e pela índole do lugar de presença das cerimónias e dos rituais étnicos. A partilha dos sentidos, substanciados pelos discursos culturais, fornecem e posicionam no seu interior a construção de uma identidade que se enuncia no diálogo e no circulo de definições por ela representada. Neste cenário, Stuart Hall em *Cultura e Representação* (2016) reconhece a condição da identidade figurada no papel primacial da vida coletiva

quando argumenta que esta regula práticas e condutas e colabora no estabelecimento de normas segundo as quais a vida em sociedade é preceituada e ordenada. Ao longo da obra, Stuart Hall deixa evidente que as circunstâncias dispostas entre o indivíduo e o meio social formam princípios de conduta decorrentes de produtos de construção cultural onde os hábitos e os costumes são apreendidos a partir de um grupo ou categoria circundante e através dos quais se confere sentido aos acontecimentos através dos quais se vive (Guerra, 2022a).

Em virtude de *Music in Everyday Life* (2004) Tia Denora possibilitou-nos uma aproximação á noção de identidade quando expõe o poder da música como sistema de representação construído, partilhado e reproduzido em espaços sociais e em configurações temporais específicas. Pormenorizada numa sucessão de fatores através dos quais se mobilizam e agrupam referências organizadoras da vida social, Tia DeNora mobiliza a música como meio norteador e criador de cânones que se dispõem numa estrutura corpórea de uma realidade sociocultural própria. Similarmente de aspeto central no que concerne ao suporte analítico, em *Music Into Action* (2002) a sociologia realça a música na qualidade de um processo interativo de expressão onde o indivíduo dispõe da mesma como material organizador do pensamento e da ação.

Por meio de conteúdo e referências de âmbito jornalístico, de material videográfico e de fotografias, a observação e análise de constituintes textuais possibilitaram uma reflexão dinâmica acerca do campo musical onde nos movemos. Assumindo como símbolos de identificação da comunidade, foi sob o representativo material que as dinâmicas sociais e os elementos constitutivos da unidade de grupo se ordenaram e liquidaram na mesma totalidade e assim possibilitou explicar as variadas naturezas de formação identitária que sublinham a importância da decomposição e exploração do objeto de investigação (Guerra, 2022b).

Vista a impossibilidade de realizar uma pesquisa de campo, consideramos relevante neste processo o confronto e a combinação de materiais diversos que tivessem a capacidade de revelar padrões e fornecer informações que possibilitassem a uniformização da narrativa apresentada. Neste sentido, fizemos incluir suportes de vídeo enriquecedores e constitutivos de um contributo favorável e harmonizado com a matriz de reflexão. O nosso entendimento acerca da afirmação identitária adquiriu solidez através da observação e análise de alguns concertos e atuações disponibilizados pela plataforma Youtube. A grande maioria destas referências audiovisuais compõem-se de elementos do foro mais técnico, como o grafismo ou aspetos ligados à produção em quem, a mensagem delineadamente expressiva a que a elas está veiculada abre caminho a uma estratégia de reconhecimento documental proveitoso para a construção da argumentação teórica.

3. Identidade e diáspora

Entre as várias dimensões que interferem na análise da música importa sublinhar o perfil do espaço social onde residem as manifestações culturais. O relevo das histórias de quem canta Cabo Verde e se inspira na morna, no batuque e no funaná, dispõe de Lisboa como impulso e palco para o discurso da prática musical que, profusa de trajetórias coloniais e pós-coloniais, retrata padrões de identidade e de historicidade entrelaçados na diáspora e no sentimento lusófono de pertença (Cidra, 2022: 59). O vínculo histórico entre Portugal e Cabo Verde assinalado pela emigração de santiaguenses para Portugal no final da década de 60, gerou a interpretação de géneros performativos como o batuko, o funaná, a morna e a coladeira, que proclamaram formas de cultura expressiva, manifestaram a diversidade de práticas assim como, a emergência de novas políticas de identidade (Cidra, 2008: 116-117). Na atualidade, os jovens descendentes imputam á memória e á génese o fundamento de uma cultura mais assertiva e eminentemente política do ponto de vista das interligações que a diáspora carrega. Os fluxos migratórios transformaram as estruturais da vida social e fixaram práticas profissionais que reconstruíram símbolos organizadores, práticas, ideias e valores onde a música, como cultura, tem a capacidade de representar, reestruturar e reinterpretar padrões, símbolos e tradições que compõem a herança dos povos e nações e que irrompem como mecanismos de identificação de indivíduos e património.

Compreender a identidade como produto de um local histórico e institucional específico, significa compreender a música como material ativo, dinâmico e ordenador na vida social, constitutivo de trajetórias e estilos de conduta reais, dispositivo organizador de um conjunto social que estruturam uma pertença indicativa para si e para os outros (TiaDenora, 2004: 7/15). Como processo complexo e flexível, capaz de uma reestruturação permanente, a construção identitária resulta de um diálogo vivo através do qual se fazem significados e hábitos que, agrupados e apreendidos a partir de um grupo ou categoria do seu ambiente, criam sentidos nos acontecimentos através dos quais vivem (Guerra, 2017, 2018). É “sob a direção de padrões culturais, sistemas de significação criados historicamente em termos dos quais damos forma, ordem, objetivo e direção às nossas vidas” (Geertz, 1989: 37), que a conceção temporal ambienta a identidade e condiciona paralelamente a cultura, a sociedade, e as pessoas que nela habitam. A música é aqui um elemento de intercâmbio que compõem quadros e contextos espaciais por eles determinados e por eles modificados em que se transformam circuitos e ciclos de relação. Tal como Vitor Belanciano afirma, “hoje convivem lado a lado a narrativa da Lisboa pós-colonial, intercultural, agregadora, com ginga, capaz de dançar com as diferenças e criar novas linguagens, imaginários e experiências, da qual fazem parte segundas e terceiras gerações portuguesas afrodescendentes (Belanciano: 10).

Quando Dino d´Santiago afirma que “*N ben di longi, ma n ka stranjeru nau!*”¹⁰ (Eu vim de longe, mas não sou estrangeiro!), a concordância de redes partilhadas profundas de causas e premissas de um sistema cultural, vem evidenciar os modelos de pensamento plural e revelar a música na disposição de forças próprias onde a “identidade não é apenas o que se é, é o que se diz que é – muitas vezes, muitos dizeres, logo, vários sujeitos e várias representações” (Silva, 2028: 19). A música afeta ao ambiente celebra Lisboa nos seus parâmetros de ação criativa, transversal e participativa feita de comunidades e histórias que estão na essência da criação cultural e de um local que é feito por todos os que o habitam e que por lá passam (Brito, 2021). Cada vez mais aberta e multicultural, a Lisboa narrada em língua crioula declara-se mais global e integradora, ouvida sobre a importância histórica e sociológica dos dias atuais. A cidade percebe a harmonia numa *Africa di Nós*¹¹ (África de Nós) ao desafiar a releitura das relações sociais que se querem mais inclusivas de nós próprios e ao perceber que ao vapor do legado cultural, das sociabilidades e das experiências, onde o *branku ku pretu*¹² traz intensidade a “uma cidade onde traços socioculturais de diferentes origens se afirmam cada vez mais como traços da própria cultura local. Onde se assiste a quotidianos pautados por hábitos de várias origens, resultado de uma natural aculturação” (Brito, 2021). E “se alguma ‘identidade’ é perceptível – “e é-o sempre, porque nenhum sujeito social existe sem falar e sem que falem sobre si – sê-lo-á tanto mais apuradamente quanto mais nós, aqueles que sobre ela discorremos, formos capazes de interrogá-la na tensão dinâmica entre factos e representações, permanências e transformações, duração e contemporaneidade, unidade e diversidade, totalidade e incompletude, fronteira e travessia” (Silva, 2018: 20).

3.1. O tempo é crioulo e a voz é ativa: por Dino d´Santiago

“Dino D´Santiago, mais do que um músico, é um movimento cultural” (Gomes, 2022). Este ímpeto é prontamente visível no seu nome: Claudino de Jesus Borges Pereira adota, em 2011, o nome Dino d´Santiago porque “em Cabo Verde ou és filho de alguém ou de algum sítio”¹³. Os pais, nascidos na ilha de Santiago, dão realidade ao seu nome onde o cantor decidiu equilibrar o universo português e a terra cabo-verdiana: dado que em Cabo Verde se diz Dino di Santiago mas, em Portugal fala-se Dino de Santiago o artista optou por usar uma apóstrofe como elemento articulador dos dois mundos. Foi na esfera destes dois universos, e após experiências musicais várias, que Dino d´Santiago encontrou o seu lugar numa música operante e conciliadora de línguas, lugares e relações. Após participar em 2003 na “Operação

¹⁰ Frase da música *Mundu Nôbu*: <https://www.youtube.com/watch?v=dToNIT7vkuc>.

¹¹ Título de uma música de Dino d´Santiago: https://www.youtube.com/watch?v=btcz_nli1_Y.

¹² Palavras da música *Krioulo* de Dino d´Santiago: <https://www.youtube.com/watch?v=DZuJfuTIXjA>.

¹³ Dino d´Santiago explica a escolha do seu nome artístico numa entrevista encaminhado por Diogo Faro: <https://www.youtube.com/watch?v=gGet7-EGdIO>.

Triunfo¹⁴, colaborar em 2004 com os *Expensive Soul* em *Jaguar Band*, em 2008 lançar o álbum *“Eu e os Meus”*¹⁵ e no ano de 2009, na companhia de Virgul, criar a banda *“Nu Soul Family”*¹⁶, o seu lugar de artista “povoado” surge com *“Eva”* (2013)¹⁷ numa homenagem á ilha de Santiago e ás vivências do seu lugar de família. O álbum enaltece a tradicional sonoridade de Cabo Verde, a que Dino d´Santiago acresce os seus múltiplos campos identitários e diferentes sinais com que se foi relacionando para fazer surgir *“Mundu Nôbu”* (2018) disco que traz uma reestruturação na carreira do cantor. O álbum é “um clássico da música lusófona, um arrojado empreendimento de atualização da música cabo-verdiana (e portuguesa também) que une a tradição e a modernidade juntando elementos de funaná, batuque, morna, coladera, zouk e kizomba a subtilezas eletrónicas” (Ribeiro, 2018). De forma original e peculiar, *“Mundu Nôbu”* transporta uma roupagem de ritmos combinados, numa génese lusófona ordenada entre o crioulo e o português para um “casamento que faz abrir por todos os lados com a “Nova Lisboa” e o “Como Seria” (Pinheiro, 2018). Nascido no Algarve, em Quarteira, no ano de 1982, viveu onze anos no Porto e, na atualidade a cidade de Lisboa é a casa que surge “nova”, manifesta-se “aculturada, crioula, que se mistura e sabe conviver com as diferenças” (Mendonça, 2019). Estampa-se como lugar de encontro de “todos os mundos da lusofonia que coabitam ao ponto de não se distinguir um guineense de um moçambicano ou santomense” (Pinheiro, 2018). Lisboa levanta-se como epicentro desta viagem onde a multiplicidade apenas é conhecida “quando chegas a casa de alguém e o prato é uma moqueca ou uma moamba (...) O pessoal encontra-se (...) Existem as diferenças, sim senhor, mas as pessoas aculturam-se (...) Basta ires a uma [festa] Na Surra ou uma noite da Príncipe para sentires isso. Vês o puto do bairro na roda com o tipo do Estoril ou de Campo de Ourique. Daí o “Nova Lisboa” [dizer] “deixa tarraxar mesmo sem saber” (Pinheiro, 2018). O carregado percurso histórico pode hoje ser usado “para cultivar o bem, para emancipar, para criar o resultado dessa cultura que se misturou desta forma incrível” (Carvalho, 2021). E “nós realmente temos nas nossas mãos a possibilidade de transformar isto num mundo bem melhor, e raramente na História tu tiveste a oportunidade de a reescrever. Não é esquecer o que aconteceu, mas é o que é que podemos fazer de melhor para que os nossos filhos, os filhos dos nossos filhos, e as novas gerações, e a nova humanidade” (Carvalho, 2021).

“Como uma herança muito positiva do que foi o colonialismo” (Pinheiro, 2018), é através do seu pai Jorge e da sua mãe Andressa que cinco das dez ilhas de Cabo Verde, são cantadas por Dino d´Santiago: ao tradicional batuku e funaná de Brava,

¹⁴ Atuação de Dino d´Santiago: <https://www.youtube.com/watch?v=DeYKIGwboOA>.

¹⁵ Álbum disponíveis em: <https://www.discogs.com/release/4525687-Dino-And-The-Soul-Motion-Eu-E-Os-Meus>.

¹⁶ *This is for my people - Nu Soul Family*: <https://www.youtube.com/watch?v=ouE2t6TKOBs>.

¹⁷ Os álbuns *Mundu Nôbu*, *Sotavento* e *Kriola* podem ser ouvidos em <https://www.letras.mus.br/dino-dsantiago/>.

Ilhéus Raso, Santiago, Ilha do Fogo junta-se uma globalidade eletrónica como necessidade de um resgate identitário afluído na desconstrução de certos valores e preconceitos instituídos historicamente. Quando Dino d´Santiago ouviu *Brava*, canção que faz parte do EP *Sotavento* (2019) a ser tocada na Antena 3 percebeu que “os vários espectros da nossa cultura, que eram censurados pelo colonialismo, já foram quebrados. Chegar à minha idade e poder ouvir, juntamente com os meus pais, estas músicas a passar na rádio, é a maior vitória possível. Ouvir as pessoas no concerto a cantar em português e em crioulo, faz-me pensar que muito está feito e agora devemos continuar a plantar essa semente (Soares, 2020). O diálogo pós-colonial é aqui enaltecido pelo cantor numa prática, num imaginário e numa dinâmica cultural, espacial e política que compreendem a forma como os agentes dos dois campos se relacionaram, interagiram e reagem num quadro transformador que hoje também se define pela sua diáspora. “A música e os seus criadores possuem o poder de reconfigurar os retratos imaginativos dos sentimentos das populações. Dão a conhecer que a vida está em mudança, mas também fazem com que se criem novas apetências, novos discursos e diferentes modos de estar e de viver que, conseqüentemente, irão fazer com que os indivíduos se movam através dos contextos sociais, históricos e políticos que lhes são apresentados (Guerra; Hoefel; Severo & Sousa, 2020: 272).

Dino d´Santiago agrega-se a movimentos sociais e revela-se diante de acontecimentos quando através das letras e discursos mobiliza e conscientiza sobre a importância dos direitos dos indivíduos na sociedade: “questões como o racismo, inclusão social e igualdade de direitos são abordados na plataforma criada por ele que inclui brancos, pretos e mestiços em pé de igualdade” (Gomes, 2022). Quando suporta o movimento “Black Lives Matter” ou quando se expressa para com a morte de Bruno Candé ou até quando cria “*Funaná is a new Funk*”, os seus modos de sociabilidade e resistência podem inspirar e mobilizar condutas e modelos de pensamento pois, “a música, aliada à mudança e à contestação, gera mecanismos que tornam possível uma prefiguração dos desafios sociais, quer sejam eles de índole política, económica, cultural, social ou territorial¹⁸. Aquilo que pretendemos afirmar é que a música se apresenta como uma manifestação que, não pretende apenas estabelecer uma denúncia face a um ou vários malefícios da sociedade, como também, de forma intrínseca, procura mobilizar as populações com o intuito de provocar uma ação e uma mudança dos padrões de injustiças e de desigualdades que pautam a vida quotidiana (Guerra; Hoefel; Severo & Sousa, 272/ 273). Integrado á dinâmica da vida, o cumprimento de ações de forma coletiva mostrou-se ainda mais visível quando, juntamente com Branco, no dia de 25 de Abril de 2020, levou a celebração do dia da liberdade a quem os assistia a partir de casa. Em função da pandemia Covid-19 não foram realizados os tradicionais desfiles na Avenida da

¹⁸ Todos os movimentos estão referenciados em: <https://www.instagram.com/dinodsantiago/>.

Liberdade e por essa razão a Câmara Municipal de Lisboa convidou Branko, que por sua vez chamou Dino d´Santiago e que num espetáculo em direto para as redes sociais preencheram a Avenida de independência, coragem, afirmação e luta¹⁹. Sob outro enfoque, no mesmo dia, no ano de 2022, fez cumprir Abril com um concerto nos jardins do Palácio de São Bento, residência oficial do Primeiro-ministro António Costa, onde vestido por uma t-shirt onde se lia “Preto, estás na tua terra!”, levantando dessa forma uma “enorme ressonância emocional e política, reafirmando o que une tanta gente. A democracia vivida como prazer” (Belanciano, 2022).

É no posicionamento de quem vive do ativismo das rimas que o álbum *Kriola* (2020) surge num timbre mais participante. Objetivado para transformar o espaço mediático numa frente de luta contra todas as formas de discriminação e na defesa de um mundo mais envolvente, sagaz e inclusivo, “preto e branco geração de ouro” deseja abrir horizontes e celebrar a cultura crioula em todo o seu esplendor: “aqui branco e preto representa o início de todas as outras cores, só vai haver mudança quando os dois lados estiverem realmente de braços dados e sempre que nos juntámos formos realmente melhores” (Carvalho, 2021). O álbum “surgiu a partir da afirmação do movimento crioulo, que se reflete na cultura da mistura que todos nós somos. Vem da crioula dessa cultura, ou seja, a união de várias línguas e formas” (Soares, 2020). *Kriola* “não é preto nem branco (...) é uma cachupa instrumental [que] desta vez viajou do batuku ao ozonto, da coladera ao grime, sempre com o tempero final dado pelo funaná que descansa no arriscar de um tarraxo” (Caetano, 2020). Num comunicado feito pela Sonic Music, editora responsável pelo álbum, a mesma afirma que “a crioula do mundo é um movimento imparável nas sociedades contemporâneas, transportando consigo conflitos, cultura, criatividade, herança e festa. Lisboa reflete-o. Dino D´Santiago assume tudo isso em *Kriola*, o seu novo álbum” (Machado, 2020). As novas músicas surgem irrompendo “tanto a preservação de géneros tradicionais como criando novos híbridos modernizados, com o crioulo e a língua portuguesa participando na mesma corrente” (Machado, 2020).

A relação direta que a música de Dino d´Santiago estabelece com a história advém para matérias como a discriminação, a marginalização e a hostilidade que, nos dias de hoje, ainda existem profundamente enraizadas. A música como elemento de comunicação e importante meio de expressão tem a capacidade de carregar significados de uma época e nesse âmbito, a análise ao nome no feminino atribuído ao álbum, *Kriola*, surge “porque se trata de uma homenagem ao elemento que nos rege, a mulher” (Soares, 2020). Num retorno ao seu lugar de memória o cantor anuncia que “o álbum tem um título feminino porque o meu pai sempre disse aos filhos que quando decidíssemos dar-lhe alguma coisa devíamos antes dá-la à minha mãe” (Caetano, 2020). Dino d´Santiago acrescenta que o álbum: “é o olhar atento às

¹⁹ Atuação disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RJxRPpdx3uE>.

mães que perdem os seus filhos, como a mãe do Giovani [jovem cabo-verdiano que faleceu no início do ano ao tentar separar uma rixa]”. Complementa que “nada tem a ver com racismo, podia ter sido outra pessoa ali. Foi um momento de ódio que culminou na tragédia. É o relembrar da Sra. Cláudia que também foi agredida por polícias, assim como a violência doméstica que aumenta cada vez mais. O disco fala sobre tudo isso, a importância que há em assumirmos as nossas misturas e não nos esquecermos que a iniquidade deve ser extinguida” (Soares, 2020). Numa relação direta com a história pessoal e social, *Kriola rompe decidida a “elevar aquelas que são os maiores exemplos da minha vida, que, neste caso, são as mulheres que me rodeiam. Começa na minha avó, vai até à minha irmã, e depois todas as mulheres que trabalham à minha volta, na editora, na agência, as várias amigas que tenho que são as minhas maiores conselheiras, a minha Balila batucadeira em Cabo Verde, várias pessoas, que são sempre mulheres (...)* A minha revolução é o feminismo e o Kriola no feminino foi simplesmente para simbolizar esse elemento feminino que me rege de Norte a Sul e para celebrar a cultura crioula, a manifestação crioula, a expressão crioula e a verdadeira definição de crioula que é a mistura que nós somos. A ideia foi celebrar que somos todos crioulos e fazê-lo da maneira mais bonita que é, para mim, no feminino” (Brito, 2020). Este espaço de ação lembra os movimentos feministas que têm ganho amplo crescimento social e político por meio de um longo percurso histórico de lutas pelo respeito e igualdade entre os gêneros e que, oportunamente, Dino d’Santiago convoca. O cantor consolida esta manifestação quando diz que *Kriola* podia, de forma igual, materializar-se em três nomes: Cesária Évora, Sara Tavares e Mayra Andrade, pois “são três espectros completamente diferentes da criouldade. No centro, entre a Cesária Évora e a Mayra Andrade, tens uma Sara Tavares, que liga toda a lusofonia e todos os artistas, desde os rappers aos mais tradicionais, ao jazz, todos vibram na sua energia” (Brito, 2020).

Badiu (2021)²⁰, o quarto álbum do cantor, prolonga a diáspora cabo-verdiana numa narrativa envolta de um simbolismo e de uma carga histórica dura e complexa. “A história foi trágica e agora estamos à procura de um final feliz. Mas não nos deram um início. E esse resgate do princípio, aquelas pessoas que os portugueses tiraram do continente africano, foram retiradas das suas famílias, foram escravizadas — e elas tinham sonhos. No fundo, este ‘Badiu’ é honrar esses sonhos” (Farinha, 2021). O nome do álbum tem “origem nos escravos que saiam da Gâmbia, Senegal e, posteriormente, da Guiné, e eram trazidos como mercadoria para o tráfico de pessoas escravizadas, pelos portugueses, para a Cidade Velha, antiga Ribeira Grande, que já foi capital de Santiago. Era um ponto estratégico no Oceano Atlântico para todas as transações comerciais, desde o ouro até às pessoas escravizadas. Foi lá o berço da escravatura. Eu homenageio os Badius porque eles conseguiram fugir para o interior

²⁰ Álbum disponível em: https://music.youtube.com/playlist?list=OLAK5uy_I0aa-8KlzySi36GqZURcW2odnmiTy6AQ.

de Santiago — saíram do litoral e foram para as montanhas — na altura em que a Cidade Velha foi bombardeada por ataques corsários de piratas vindos de Inglaterra, Turquia, Holanda e França. Esses ataques ocorreram durante três séculos, sendo que os do século XVII foram os mais explosivos e incendiaram a cidade toda, ao ponto de deixar de ser a capital. Esse povo refugiou-se no interior, foi um povo que sofreu bastante com o clero, neste caso a igreja católica, que lhes negaram quer os costumes como a própria condição humana. Os resistentes — aqueles que conseguiram fugir — foram os únicos que conseguiram conservar as culturas que vinham diretamente de África (...) São sons de resiliência e resistência de pessoas que eram analfabetas, não letradas, e as canções eram eternizadas só em memória. (...) Muita da história do povo Badiu está refletida apenas no batuque e no funaná, que são géneros que não eram considerados géneros nobres, que não pertenciam às elites. Mas foram esses géneros que construíram Cabo Verde. Então, essa é a minha homenagem. Até porque eu sou filho de dois Badius, do interior de Santiago” (Oliveira, 2021). As 12 canções que compõem o álbum abordam temas como “o aquecimento global, as guerras, as fugas dos refugiados, as mortes dos mares” (...) e conta com participações vocais de pessoas que admira e que olham para a vida da mesma forma que ele, e para a arte e a cultura “com o respeito que elas merecem ter”: em alguns temas juntou à sua voz as vozes de Slow J, que tem feito um trabalho incrível no hip-hop português”, Lido Pimenta, “ativista e artista plástica esplendida da Colômbia”, Rincon Sapiência, “que tem feito um trabalho incrível no Brasil de transportar as vozes negras para um lugar de fala e contar a nossa história, enraizá-la”, da avó, “antes de ela falecer”, e de Nayela, “uma feminista nata africana” (Lusa, 2021). “Este Badiu é fruto de trabalho comunitário, com muitas fronteiras mas sem limites. Uma obra embalada pelo Batuku, catártico, cru e negro, que permitiu que gerações novas de cabo-verdianos se reconciliassem e aprendessem a reivindicar a sua herança africana” (Bantumen). O cantor acrescenta que “na altura, as pessoas que vieram povoar Cabo Verde vinham do norte de Portugal, e trocavam o ‘v’ pelo ‘b’, daí badiu, utilizado de forma pejorativa. A partir do século XX os próprios badius apropriaram-se da palavra como símbolo de resiliência e resistência na luta pela independência (Santos, 2022). A fotografia de capa do álbum é também um símbolo dessa força: “o simples pano de terra que tem uma história incrível. É um pano 100% algodão que vinha com as pessoas escravizadas que vinham da Guiné, e tornou-se tão valioso em Cabo Verde que as famílias portuguesas consideradas poderosas eram as que o tinham²¹. O pano de terra era usado como moeda de troca, para comprar pessoas escravizadas ou pagar multas ao tribunal (...) e foi entrando na cultura cabo-verdiana, amarrado à cintura na prática do batuku, ou usado em cerimónias como casamentos, batismos e velórios” (Lusa, 2021).

²¹ A capa do álbum esta disponível em: <https://sonymusic.pt/dino-dsantiago-novo-album-badiu/>.

Dino d´Santiago dá “voz às histórias, angústias e alegrias da nação crioula que tem o Atlântico como uma extensão do seu território e a música como o único refúgio para a alegria” (Bantumen). O seu manifesto sonoro, íntimo, social e político tem dado ao cantor proeminentes projetos²² e múltiplas consagrações internacional: como representante dos artistas lusófonos e acompanhado de uma camisola estampada com Cesária Évora, Dino d´Santiago discursou nas Nações Unidas acerca do impacto da pandemia nos artistas e nas indústrias criativas²³, na ilha de Santiago uma pintura urbana preenche a rua com o rosto do cantor como homenagem aos 100 Afro-Descendentes mais influentes do mundo²⁴ e neste relato, a cultura e sua multiplicidade forma enaltecidos no Jardim de Verão da Fundação Calouste Gulbenkian²⁵ onde sob a curadoria e participação do cantor, a Lisboa Crioula viaja “por todas as paletas de cores”²⁶ numa serie de concertos com artistas afrodescendentes que intentam “promover a diversidade por uma melhor sociedade” (Brito, 2021). Neste âmbito, e enquanto ícone da crioulaização, o desempenho social e a responsabilidade de ser ativista percebem o poder da palavra na sua arte e, por essa razão, talvez Nuno Artur Silva tenha razão. O novo secretário de Estado do Cinema, Audiovisual e Media afirmou que o discurso do 10 de Junho deveria ter sido feito por Dino porque “é o melhor exemplo do que é hoje Lisboa, para lá do turismo” (Maia, 2019).

3.2. A música transnacional de Mayra Andrade

Mapear a Nova Lisboa significa falar de Mayra Andrade. Nascida em Cuba, viveu no Senegal, em Angola, em Paris, na Alemanha e em Portugal mas, com o pai e a mãe cabo-verdianos o lugar a que chama casa é Santiago. Sentindo Cabo Verde como raiz e usufruindo dos seus múltiplos espaços de vivência, a música vai tornar-se o reflexo da fusão de influências que entre o funaná, o batuque, a coladeira, a bossa nova, o jazz e o pop, novas roupagens irão definir o som da cantora, ela própria resultado de uma grande mistura. A carreira de Mayra Andrade começa em 2001 quando no Canadá ganhou os IV Jogos da Francofonia. A partir de 2002 passa a residir em França e a sua carreira musical começa a ganhar amplitude: o seu primeiro disco “Navega” (2006)²⁷ alimentou caminho para a prosperidade e despontou pilares para “Storia

²² Dino d´Santiago é o fundador de “Lisboa Criola” (<https://www.instagram.com/lisboa.criola/>), do festival “Sou Quarteira” (<https://www.souquarteira.com/>) e do Festival na Sofa (<https://www.instagram.com/festivalnasofa/>), este último criado durante e para o período de confinamento da pandemia Covid-19.

²³ O momento foi partilhado pelo cantor: <https://www.instagram.com/p/CdXr-E0lutv/>.

²⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CXUPosdINVv/> e <https://www.instagram.com/p/CaHIUy3MZpn/>.

²⁵ Diretrizes do evento disponível em: https://gulbenkian.pt/jardim-de-verao-2022/?utm_campaign=later-linkinbio-fcgulbenkian&utm_content=later-27650569&utm_medium=social&utm_source=linkin.bio.

²⁶ Palavras do vídeo promocional do evento: <https://www.instagram.com/p/CfPAVNZDckW/>.

²⁷ Todos os álbuns e músicas da cantora estão disponíveis em <https://www.discogs.com/artist/690607-Mayra-Andrade>.

Storia" (2009), disco gravado em Paris, Rio de Janeiro, São Paulo e Cuba e que, suportado pelos géneros musicais de cada lugar se suportam pelas origens da morna e da coladeira, géneros musicais nascidos e caracterizados pelo seu lugar de casa, Cabo Verde. O samba de "Turbolensa", a "Morena, menina linda" que conta com arranjos de Jacques Morelenbaum, a adaptação de "Palavra" de Mário Lúcio Souza (Lusa, 2009) e a composições em crioulo dos cabo-verdianos Nitu Lima, Djoy Amado e Kim Alves (Vitória, 2009), percorrem o álbum de "espaços privilegiados de construção de identidades diferentes e diferenciadas" onde "a partir do estabelecimento de interações entre os respetivos atores sociais (...) emergem novas configurações identitárias (Monteiro, 128). O reportório das composições é múltiplo e a narrativa em crioulo, português e francês mostra a cultura dos pais e a da sociedade de fixação de Mayra Andrade que, por essa razão, acaba por seguir um percurso próprio de integração e prática musical transnacional. Em cada sonoridade, "a mestiçagem musical é fundamental. Mas não a procuro a todo o custo. É algo natural em mim. Claro que "Storia Storia" apoia-se muito na tradição musical de Cabo Verde mas, para mim, tradição não pode ser sinónimo de prisão. Daí que misture músicas do meu país com outros sons e influências porque sou permeável a isso" (Vitória, 2009).

O combinado de referências sucede a obra da cantora com *Studio 105* (2010) e *Lovely Difficult* (2013). Cantado em crioulo, francês e inglês este 4º álbum é próspero nos arranjos criativos e rico na variedade instrumental. Com várias das músicas a serem cantadas em crioulo, com a descrição da vida entusiasta das ilhas, diretamente lembrado em "Ilha de Santiago"²⁸, os elementos melódicos que vão para além dessa bandeira cabo-verdiana constroem um álbum "mais virado para a música pop, mais universal e mais moderno. Todas essas novas influências acabam por ser um resumo dos onze anos que vivi em Paris" (Burgo, 2014). O hibridismo e a dinâmica inerente à música constituem um fator de afirmação cultural como elemento de socialização, congregação e aproximação que se vai adaptando e resistindo às tendências globalizantes (Monteiro, 2008: 129).

Nesta continuidade, e inspirada no afrobeat, tanto quanto na música urbana e nos ritmos tradicionais de Cabo Verde, Mayra Andrade consegue uma fusão equilibrada desses géneros ao realçar o crioulo e o português no álbum *Manga*. Lançado em 2019, "neste disco, havia uma vontade de cantar apenas em crioulo e mais em português do que eu tinha cantado até aí, porque estou num momento mais lusófono da minha vida, mudei-me para Lisboa, e não me apetecia mesmo cantar em francês, nem inglês" (Santos, 2019). "Claro que transporto em mim Cabo Verde, e todo o continente africano que me inspira de forma infinita" (Pereira, 2019) mas, Lisboa motivou os ritmos inovadores de "Segredu", "Badia", "Kodé", "Limitason" e "Plena". O período

²⁸ Música disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bkDEw6HI2Ow>.

longo de tempo que permitir Mayra Andrade conhecer Lisboa era na época de férias pois, o avô era português e “ é incrível como Cabo Verde vive em Lisboa. Há festas cabo-verdianas, há cachupa, dança-se. É muito bonito ver como as culturas luso-africanas ocupam a vida das pessoas em Lisboa.” (Pereira, 2019). Esta Lisboa tão cabo-verdiana que se apoia em Os tubarões, Bulimundo, Cesária Évora e Tito Paris e que se une a referências musicais como Cetano Veloso, Elis Regina e Vinícius de Moraes transportam-nos para uma liberdade criativa, produzida e dirigida de maneiras diferentes, e onde as distintas realidade de fazem de capítulos e ao sabor das viagens da cantora. A polivalência instrumental na produção musical da cantora determina elos de consumo internacionais estabelecidos em torno de práticas que geram “uma economia cultural vocacionada para a manutenção e permanente renovação de expressões de música e dança centrais nas suas práticas quotidianas, memórias e identidades” (Cidra, 2008: 122). “A música de Cabo Verde tem sido historicamente produzida a uma escala transnacional. Músicos sedeados nas ilhas recebem permanentemente o estímulo criativo das músicas divulgadas ou produzidas por músicos na diáspora; e músicos vivendo em Portugal, Holanda ou França, confrontam os materiais culturais que advêm da sua experiência de migrantes nessas sociedades, com uma inspiração criativa “na terra”, dialogando com representações do seu território de origem ou com as suas sensibilidades culturais emergentes” (Cidra, 2008: 122), em que Mayra Andrade é interprete dessas dinâmicas e identidades implícitas.

3.3. A lusofonia ao som de Sara Tavares e de Lura

Sara Alexandra Lima Tavares nasceu em Lisboa a 1 de Fevereiro de 1978 e aprofunda a sua identidade musical entre a vivência em Portugal e a ascendência cabo-verdiana onde, inteirada dessas esferas e referências culturais, a cantora caminha num universo multicultural de matriz mútua e partilhada. A dualidade territorial é mapeada pela cantora quando ao pop remata a música em crioulo cabo-verdiano para uma criação identitária coletiva refletida no cruzamento de práticas e reflexões locais, globais e simbólicas que harmonizam as interações sociais e reforçam o espaço de grupo e comunidade.

O percurso de Sara Tavares inicia-se aquando da conquista do primeiro lugar no concurso televisivo Chuva de Estrelas em 1994²⁹ e quando, no mesmo ano, ganha o Festival RTP da Canção³⁰. Foi com esta base e sustentada nos posteriores êxitos que o trajeto da cantora amadureceu e a sua experiência na diáspora contribui para a aceitação de uma categoria, “que envolve necessariamente o reconhecimento de

²⁹ Atuação disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=cxOEMjZsaSk&list=RDcxOEMjZsaSk&start_radio=1.

³⁰ Com a mesma canção, Sara Tavares representou Portugal no Festival Eurovisão da Canção de Dublin na Irlanda, onde alcançou o 8.º lugar: <https://www.youtube.com/watch?v=1wN4IK8cwGg>, consultado a 21/4/2022.

uma ligação a Portugal e a uma história comum que é mobilizada em narrativas de identidade” (Cidra, 2022: 80).

O seu diálogo com o centro de produção musical inicia-se em 1996 com o álbum “Sara Tavares & Shout”³¹. A representação pública e prática da artista fortalece-se quando nesse ano recebe uma menção honrosa da Walt Disney Records pelo tema “Longe do Mundo” para o filme “O Corcunda de Notre Dame”³². No ano seguinte, em 1997, gravou vários temas para a banda sonora da versão portuguesa do filme “Hércules”, participou na Expo'98 no espetáculo de tributo a Gershwin, ao lado da Rias Big Band Berlin e colaborou como cantora convidada do álbum ao vivo da banda Ala dos Namorados, que consagrou o êxito de “Solta-se o Beijo” em 1999³³ (wikiland). Não pertencendo apenas a uma terra ou casa concretos, o álbum *Mi Ma Bô*³⁴ (1999), é gravado em França e envolvido de elementos agregadores da nação cabo-verdiana. Quando lança o álbum *Balancê* (2005), a referência a uma Lisboa africana faz irromper a sua carreira ao abraçar uma nova paisagem que faz emergir em Portugal uma coletivização fundamentada na troca e partilha de interesses que firma a existência em intensas sociabilidades e elos de ligação reguladores da vida social. O álbum *Xinti* (2009) conta com mais profundos ritmos do continente africano e vem sustentar a criatividade artística através dos temas e lugares abordados nas suas canções como referentes ao passado, ao presente e ao futuro comum. “Apesar do relevo do lugar de origem (...) A sua relação com os países africanos é mediada pela diáspora em Portugal, onde práticas culturais e significados associados a comunidades de origem coexistem com, e são reinterpretados à luz de uma experiência de vida em território português; onde relações práticas e imaginadas com a nação e a diáspora competem com a experiência de vida na sociedade portuguesa e com os discursos que em Portugal enquadram a relação com a diferença, nomeadamente a lusofonia ” (Cidra, 2022: 79). O álbum *Fitxadu* (2017) vem desejar transgredir no repertório quando a sua obra se compõe não apenas da morna, mas é também sereno ao abraçar o R&B, a soul e o reggae que, com o crioulo a articular as diversas escalas e os múltiplos campos de enraizamento artístico, a música cruza fronteira e práticas reflexivas e aproxima Portugal e os países africanos de língua portuguesa.

Na noção de lusofonia que concede a Portugal e à sua história colonial um lugar simbolicamente destacado, Lura faz comunicar uma pertença nacional mediada por experiências na diáspora que a compreendem na ligação a territórios políticos e contextos culturais próprios. A cantora nasceu em 1975 em Lisboa, é filha de pais cabo-verdianos, a mãe nascida em Santo Antão e o pai em Santiago e entrelaça

³¹ Álbum disponível em: <https://www.last.fm/pt/music/Sara+Tavares/Sara+Tavares+&+Shout!>.

³² Sara Tavares fez uma adaptação da versão original “God Help The Outcasts” de Heidi Mollenhauer que, inclusive, foi considerada como a melhor versão em língua não inglesa.

³³ Música disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oWdLm98G5MQ>.

³⁴ Todos os álbuns da cantora estão disponíveis em: <https://genius.com/artists/Sara-tavares>.

historicamente Cabo Verde e Portugal onde a música passa a estar influenciada pelos anexos encontros e desencontros. *Bejo de Sôdade*³⁵, música que interpreta com Sara Tavares, é um bom exemplo de um tema “que eu acho que tem um significado enorme e está escrito de uma forma magnífica, de forma a mostrar esta ligação grande entre Portugal e Cabo Verde (Cidra, 2022: 68).

O disco *Di Korpu ku Alma* (2004)³⁶, que veio no seguimento de *In Love* (2002), “correspondeu a uma redescoberta mais alargada do seu passado cultural e familiar que a levou a viajar com mais frequência ao território de origem dos seus pais e a conhecer com maior profundidade a realidade cultural das ilhas e a língua crioula” (Cidra, 2022: 69). A morna e a coladeira, práticas expressivas de Cabo Verde percorrem *M´bem di fora* (2006), *Eclipse* (2009), *Best of Lura* (2010) e *Herança* (2015) numa “história de povos reencontrados” (Cidra, 2022: 76) que valorizam o património comum na dupla pertença cultural e que “partem da prática musical e expressiva para iluminarem as múltiplas histórias culturais abarcadas pela categoria de lusofonia” (Cidra, 2022: 80).

3.4. Canta-se a memória e ouve-se a História: *Fogo Fogo* e *Kriol*

Fogo Fogo nasceu no palco da Casa Independente e juntou Danilo Lopes e David Pessoa, Francisco Rebelo, João Gomes e Edu Mundo para mais um pronúncio à tradição e herança cabo-verdiana que moram em Lisboa (Vieira). Uma Lisboa que permite “tirar a cor da pele da essência da crioulaização, tirar a religião, tirar tudo isso e deixar que o indivíduo pelo seu percurso, pelas suas misturas opte voluntariamente por viver numa relação que aceite, primeiro, que todas as culturas atuais são síntese de várias culturas” (Karyna, 2021). Uma “Lisboa que nós sentíamos que já existia. Que achávamos que existia. E existe. E é” (Ribeiro, 2021). Uma Lisboa onde se acende uma chama que tenta “beber a toda a história e todas as passagens que o funaná teve para fazer mais uma abordagem, que será a nossa. Gostamos de ouvir todas e procuramos aprender com todas as abordagens que houve até agora. Das mais tradicionais do Codé di Dona, Sema Lopi, às mais futuristas do Dino D’Santiago” (Brito, 2021).

Iniciaram o seu percurso em 2014 quando mensalmente tocavam no Salão Tigre e em 2016, “sob a forma de matines dançantes, com a banda & convidados, dj sets e a Tia Ete a cozinhar cachupa rica como só ela sabe e outros pitéus de chorar por mais” (Vieira), tornaram as tardes e as noites do Independente num peculiar espetáculo que transporta de forma irreverente instrumentos elétricos e formações musicais como o funaná, o afro funk, o rock, o dub e o reggae dos anos 70/80. Até a esse momento editavam reproduções de versões originais de Bulimundo, Os Tubarões, Simentera, Ferro Gaita, Sir Victor Uwaifo, entre outros músicos e bandas que servem de estímulo

³⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Q2Prtc2DwMM>.

³⁶ Todos os álbuns da cantora estão disponíveis em: https://www.discogs.com/pt_BR/artist/490068-Lura.

e inspiração na sonoridade e na energia que começa em *Fogo Fogo* (2016)³⁷ e vai até ao primeiro disco de originais intitulado de *Fladu Fla* (2021). Todo o lugar de som do grupo é envolvido de ritmos específicos e singulares fragmentos melódicos que expõem elementos musicais inovadores. Ouvir *Fogo Fogo* é “ser atropelado pela energia rítmica, e o ar que se esvai intencionalmente das cordas vocais de quase toda a banda, nos faz acreditar que também somos capazes de cantar e de convidar, e ser convidados, para dançar. (...) Presenciar Fogo-Fogo alimenta partes em nós que se revelam famintas de troca humana. É suor-perfume que nos lembra que ter vontade por vezes basta! (...) Tocam sons que homenageiam a música de dança Africana (...) É mais uma celebração da cultura do baile, do quintal, do clube e dos exageros familiares da carne e do coração (Made in Portugal musica). “Os músicos partem da prática musical e expressiva para iluminarem as múltiplas histórias culturais abarcadas pela categoria de lusofonia e apontarem para a possibilidade de formulação de novos valores políticos que organizem a vida comum das suas várias comunidade” (Cidra, 2022: 80), que no humor festivo e “numa música com tanta cor, é importante percebermos o tom de cada instrumento e de cada voz” (Ribeiro, 2021). Cada elemento confronta as dinâmicas sociais e simbólicas, aprofunda relações e integra transformações culturais que imaginários e experiências históricas preservam no presente e fazem alimentar o futuro comum e intercultural. Essas histórias de “imaginação e de identificação transmitem de um modo mais aproximado as paisagens sonoras e as histórias culturais nas quais os músicos inscrevem os seus processos criativos e a partir das quais questionam a unidade dos materiais culturais e dos processos de interação cultural agrupados sob o termo de lusofonia” (Cidra, 2022: 81). A estes constituintes juntam-se informações visuais que criam narrativas e esferas de emoção aqui simbolizadas nas capas dos álbuns “que tu podes ficar a olhar para ela durante muito tempo. Enquanto ouves o disco” (Ribeiro, 2021), *Fladu Fla* desenha-se por Alexandre Farto, mais conhecido como *Vhils*, num misto de referências que inclui Zeca Afonso, José Mário Branco, Orlando Pantera, Tim Maia, Paulino Vieira, Fela Kuti, Lee Scratch Perry, Jimi Hendrix, os próprios *Fogo Fogo* que surgem reunidos e próximos de Amílcar Cabral e onde também cabe um avião da TACV (Transportes Aéreos de Cabo Verde), um *tambureru* do Cola de San Djon, o Vulcão da ilha do Fogo, a cachupa, o grogue e paisagens de Moçambique e do Porto. Estas referências são recolhidas dos cinco músicos a quem *Vhils* pediu ícones e marcas de Cabo Verde, símbolos da vivência e identidade de cada elemento do grupo e que resultou numa ilustração que apresenta o Funaná não só como uma música de dança mas também como uma música de luta (Rodrigues, 2021). Nesta premissa, o EP *Nha Cutelo* (2018) e *Dia Não* (2019), mostram capas assinadas pelo artista plástico Francisco Vidal. A criação faz parte de uma coleção de nove pinturas assinadas pelo autor de uma série inspirada no movimento “Acaba de Me Matar” que surgiu em Angola e que através da arte faz crítica social. O objetivo do artista foi “retratar uma

³⁷ Todos os álbuns da banda estão disponíveis em: <https://fogofogo.bandcamp.com/music>.

Lisboa genuína, próxima da Lisboa que cantam *Fogo Fogo* e que representa a mistura cultural que a cidade integra” (Glam Magazine/ Ponto Zurca). Uma mistura que procede de um lastro histórico, que é convertido em documento pelo qual é possível pensar sobre uma época, lançar direções sobre as sociabilidades e as sensibilidades coletivas e, permear a vida e vivência musical de Lisboa.

Nesta voz de intercâmbio cultural entre Portugal e Cabo Verde Danilo Lopes juntou-se a Renato Chantre para formar *Kriol*, uma dupla que viaja por identidades sonoras como mazurkas, valsas, colá san jon, coladeras e batukes e que nasceu da vontade de reinventar a música tradicional de Cabo Verde (Bantumen). Oscilando entre a Trafaria e a ilha de São Vicente, a primeira música *Tempo Djá Muda*³⁸, reflete acerca do conturbado período em que existimos efetivando não apenas uma crítica à sociedade, mas também um apelo à mudança por parte daqueles que têm autoridade na decisão (Team, Reb). O discurso musical cruza aspetos políticos e identitários com formas de expressão cultural que se manifestam em configurações sociais de crítica, mudança, resistência, proposta e ação. Neste sentido, a peça musical que emerge a partir da forma como as experiências sociais e históricas foram e são apreendidas, traduzem-se a partir das canções que circulam como conformidade, oposição ou tensão ao saber acerca mundo.

4. Considerações finais

Fundamentamos a investigação pelo interior de Cabo Verde para (re)encontrarmos Portugal. Percorremos a música como resultado de processos de interação e inserção que no quadro das trocas culturais e das dinâmicas diferenciadas e multidimensionais, são resultado de uma relação com o outro, ou seja, de uma construção social. Desse processo emerge um património cultural herdado onde “a história não tem um percurso preciso e contínuo. Temos regressos, anacronismos, descontinuidades, recuperações e convivências, com a música a funcionar, de uma só vez, como reflexo e profecia do mundo, mostrando-nos que é possível recusar esquemas únicos, que existem múltiplas temporalidades simultâneas e diferentes formas de entender o tempo, a memória, a história, a vida (Belanciano, 17). Enquanto agentes sociais que transportam consigo a sua identidade de origem e a sua memória coletiva, os artistas criam novas formas de expressão e práticas musicais que vinculadas á questão da identidade reconstroem um campo cultural diversificado na definição da transnacionalidade cabo-verdiana na diáspora. E “são muitos neste “ato de cultura”, diria Amílcar Cabral, numa luta de outrora, com pilares sólidos que apesar das contracorrentes lançou sementes que continuarão a brotar. E o caminho ainda é longo. Lisboa a ser o que ela sempre foi... o embrião de muitas lutas e vitórias” (Gomes, 2022). “Hoje, felizmente, há muito mais agentes artísticos com visibilidade e vozes ativas, capazes de refletir e interrogar a memória colonial, e o pós-colonialismo”

³⁸ Música disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nGMkDir5Wp0>.

(Belanciano, 10). Mas ao contrário do que Vítor Belanciano referia, que “estamos longe de ter encontrado um caminho, ou uma narrativa, que seja capaz de fazer sentido a uma maioria” e que “ontem, como hoje, sente-se que continua quase tudo por construir (...)”, o caminho, no presente, celebra-se e amplifica-se na mistura cultural. A obra conjunta dá voz a uma partilha de ação em que todos inspiram a Lisboa crioula e juntam a cidade que reclama o seu lugar na produção cultural, nos costumes do tempo e na energia do espaço. Neste entusiasmo coletivo os processos de encontro são resultado de uma reestruturação e imersos de habilidades dinâmicas que fazem compreender esta condição como global, comum e partilhada, onde as latitudes e propriedades da vida social se reestruturam e reorganizam na extensão e memória.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Belanciano, Vítor. *Não dá para ficar parado – Música afro-portuguesa. Celebração, conflito e esperança*. Porto: Edições Afrontamento.
- Cidra, Rui (2008). Produzindo a música de Cabo Verde na diáspora: redes transnacionais, world music e múltiplas formações crioulas. In Góis, Pedro (Ed.) *Comunidades Cabo-Verdianas. As múltiplas faces da imigração cabo-verdiana* (pp. 105-126). Lisboa: ACIDI (Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural).
- Cidra, Rui (2022). *Identidades de diáspora, cosmopolitismo e a promessa da cidadania: a lusofonia a partir das vozes de músicos das diásporas africanas*. *Análise Social*, LVII (1.º), (n.º 242), 56-84.
- DeNora, Tia (2002). *Music in action: performing gender on the Viennese concert stage, 1790–1810*. Exeter: University of Exeter..
- DeNora, Tia (2004). *Music in everyday life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Geertz, Clifford (1989). *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC.
- Guerra, Paula (2017). ‘Just can’t go to sleep’: DIY cultures and alternative economies facing social theory. *Portuguese Journal of Social Sciences*, 16(3), 283–303.
- Guerra, Paula (2018). Raw power: Punk, DIY and underground cultures as spaces of resistance in contemporary Portugal. *Cultural Sociology*, 12(2), 241–259.
- Guerra, Paula (2022a). Barulho! Vamos deixar cantar o Fado Bicha. Cidadania, resistência e política na música popular contemporânea. *Revista de Antropologia (São Paulo, Online)*, 65(2), e202284, <https://doi.org/10.11606/1678-9857.ra.2022.202284>.
- Guerra, Paula (2022b). Teenagers From Outer Space: Contributos para uma genealogia dos fios que teceram a moda e o do-it-yourself em Portugal. *dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda*. n.º 34, 19–63.
- Guerra, Paula; Hoefel, Graça Maria da; Severo Osório; Denise & Sousa, Sofia (2020). Women on the Move. Contributions to the aesthetic-political activism approach of Brazilian migrant women. *Cahiers du MIMMOC. Mémoire(s), identité(s), marginalité(s) dans le monde occidental contemporain* [Em Linha]. v. 21, colocado em linha em 17 de agosto de 2020, consultado em 18 de agosto de 2020. URL: <http://journals.openedition.org/mimmoc/5403>. Dossier – Circulations migratoires féminines dans l’espace hispanique et lusophone contemporain: vers une émancipation.
- Silva, Augusto Santos (2018). Como abordar a identidade nacional portuguesa? Todas as Artes. *Revista Luso-brasileira de Artes e Cultura*, 1(1), pp. 9-20.

WEBGRAFIA

- Almeida, Sumaya (2013). Sara Tavares - Programa Chuva de Estrelas (1994). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=cxOEMjZsaSk&list=RDCxOEMjZsaSk&start_radio=1, acedido em 21/4/2022.
- Bantumen (2021). Dino D’Santiago, “Badiu” com orgulho e com novo álbum no forno. Disponível em: <https://bantumen.com/dino-dsantiago-badiu/>, acesso a 24/5/2022
- Bantumen (2022). “Tempo Djá Muda”, o novo single dos Kriol. Disponível em: <https://bantumen.com/tempo-dja-muda-kriol/>, acesso a 24/5/2022.
- Brito, Flávia (2021). *Lisboa Criola, um projeto reflexo de uma cidade que é de todos*. Disponível em: <https://gerador.eu/lisboa-criola-um-projeto-reflexo-de-uma-cidade-que-e-de-todos/>, acesso a 30/5/2022.

- Caetano, Maria João (2020). Dino D'Santiago tem disco novo: "Kriola" é uma prenda para o pai e uma homenagem à mãe. Diário de Notícias. Disponível em: <https://www.dn.pt/cultura/dino-dsantiago-tem-disco-novo-kriola-e-uma-prenda-para-o-pai-e-uma-homenagem-a-mae-12026723.html>, acesso a 30/5/2022.
- Conversas ao Sul (2022). Youtube. Entrevista com Kriol | CONVERSAS AO SUL | EPO4. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VjUAlb1Tak>, acesso a 18/5/2022.
- Cvcultura. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CaHlUy3MZpn/>.
- Dino d`Santiago (2018). Youtube. Dino D'Santiago - Africa di Nós (Audio). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=btcz_nli1_Y, acesso a 30/5/2022.
- Dino d`Santiago (2018). Youtube. Dino D'Santiago - Mundu Nôbu (Audio). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dToNIT7vkuc>, acesso a 30/5/2022.
- Dino d`Santiago (2020). Youtube. Dino D'Santiago - Kriolu feat. Julinho KSD [Official Video]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DZuJfuTIXjA>, acesso a 28/5/2022.
- Dinodsantiago. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/dinodsantiago/>.
- Faro, Diogo (2020). *DESTA PARA MELHOR #3 | Dino d'Santiago | A solução está em elevarmos a nossa frequência*. Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gGet7-EGdIO>, acesso a 28/5/2022
- Farinha, Ricardo (2021). Dino D'Santiago: "Este álbum é um grito. É fazer o luto para seguir o meu caminho".. Disponível em: <https://www.nit.pt/cultura/musica/dino-dsantiago-este-album-e-um-grito-e-fazer-o-luto-para-seguir-o-meu-caminho>, acesso a 20/5/2022.
- Faustino, Susana Lopes. 2022. *Jardim de Verão: Celebrar a Lisboa crioula na Fundação Gulbenkian*. Disponível em: <https://visao.sapo.pt/visaose7e/sair/2022-06-23-jardim-de-verao-celebrar-a-lisboa-crioula-na-fundacao-gulbenkian/>, acesso a 30/5/2022.
- Festival na Sofa. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/festivalnasofa/>.
- Fundação Calouste Gulbenkian (2022). Jardim de Verão. Disponível em: https://gulbenkian.pt/jardim-de-verao-2022/?utm_campaign=later-linkinbio-fcgulbenkian&utm_content=later-27650569&utm_medium=social&utm_source=linkin.bio.8KlzySi36GqZURcW2odnmiTy6AQ, acesso a 28/5/2022.
- Genius. Sara Tavares. Disponível em: <https://genius.com/artists/Sara-tavares>, acesso a 30/5/2022.
- Gomes, Karyna. A mensagem de Lisboa (2021). *A origem do crioulo, e a sua importância em Lisboa, a mais crioula das cidades europeias*. Disponível em: <https://amensagem.pt/2021/12/03/origem-crioulo-lingua-importancia-lisboa/>, consultado a 26/6/2022.
- Gomes, Karyna. A mensagem de Lisboa. 2022. *Dino D'Santiago, mais do que um músico, é um movimento cultural | Dino D'Santiago, más di ki artista, é un movimentu cultural*. Disponível em: <https://amensagem.pt/2022/06/21/dino-santiago-mais-do-que-um-musico-e-um-movimento-cultural/>, consultado a 26/6/2022.
- Groove, Mary (2022). Youtube. Kriol - Tempo Djá Muda. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nGMkDlr5WpO>, consultado a 8/6/2022.
- Groove, Mary (2022). Youtube. Kriol- Tempo Djá Muda. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nGMkDlr5WpO>, acesso a 24/5/2022.
- Guerra, P.; Hoefel, M.G.L.; Sousa, S. & Severo, D (2021). "Tu é machista" Música, ativismo estético-político e (re)configuração social e política nos tempos presentes. Revista NAVA, 6 (1-2), 267-297. <https://periodicos.ufjf.br/index.php/nava/article/view/33448>, acesso a 30/5/2022
- Instagram. Dino d`Santiago. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CdXr-E0lutv/>, acesso a 24/5/2022.
- Lisboa.criola. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/lisboa.criola/> / <https://www.instagram.com/p/CfPAVNZDckW/>, acesso a 24/5/2022.
- Lura Official (2019). Lura - Beijo de Saudade (feat. Sara Tavares) [Live at Gulbenkian]. Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Q2Prc2DwMM>.
- Lusa (2009). Diário de Notícias. Mayra Andrade canta livro de canções "Stória Stória". Disponível em: <https://www.dn.pt/cartaz/musica/mayra-andrade-canta-livro-de-cancoes-storia-storia-1231762.html>, acesso a 22/5/2022
- Lusa (2021). RTP Notícias. Dino D` Santiago edita hoje álbum que é uma homenagem aos `badiu` de Santiago. Disponível em: https://www.rtp.pt/noticias/cultura/dino-dsantiago-edita-hoje-album-que-e-uma-homenagem-aos-badiu-de-santiago_n1366064, acesso a 30/5/2022.
- Machado, Ana Catarina (2020). Kriola, o novo álbum surpresa de Dino D`Santiago. GQ. Disponível em: <https://www.gqportugal.pt/kriola-o-novo-album-surpresa-de-dino-d-santiago>, acesso a 30/5/2022.

- Maia, Vânia (2019). "O Dino D'Santiago é que devia ter feito o discurso do 10 de Junho". Visão. Disponível em: <https://visao.sapo.pt/ideias/2019-10-21-o-dino-dsantiago-e-que-devia-ter-feito-o-discurso-do-10-de-junho/>, acesso a 30/5/2022.
- Mayra Andrade (2014). Mayra Andrade - Ilha de Santiago (Oficial Video). Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bkDEw6HI2Ow>, acesso a 24/5/2022.
- Mendonça, Bernardo (2019). Dino D'Santiago: "Lisboa é uma cidade crioula, aculturada, que se mistura e sabe conviver com as diferenças". Disponível em: <https://expresso.pt/podcasts/a-beleza-das-pequenas-coisas/2019-11-29-Dino-DSantiago-Lisboa-e-uma-cidade-crioula-aculturada-que-se-mistura-e-sabe-conviver-com-as-diferencas>, acesso a 30/5/2022.
- Mendonça, Bernardo (2019). Jornal Expresso. *Dino D'Santiago: "Lisboa é uma cidade crioula, aculturada, que se mistura e sabe conviver com as diferenças"*. Disponível em: <https://expresso.pt/podcasts/a-beleza-das-pequenas-coisas/2019-11-29-Dino-DSantiago-Lisboa-e-uma-cidade-crioula-aculturada-que-se-mistura-e-sabe-conviver-com-as-diferencas>, acesso a 30/5/2022.
- NuSoulFamily. Youtube. *This is for my people - Nu Soul Family*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ouE2t6TKOBs>, acesso a 18/5/2022.
- Oliveira, Gonçalo (2021). Dino D'Santiago: "O BADIU é o primeiro álbum em que visto a minha pele sem receio de mostrar a minha vulnerabilidade". Rimas e Batidas. Disponível em: <https://www.rimasebatidas.pt/dino-dsantiago-o-badiu-e-o-primeiro-album-em-que-visto-a-minha-pele-sem-receio-de-mostrar-a-minha-vulnerabilidade/>, acesso a 30/5/2022.
- Otportugalsite. *OT2- Gala 1- Dino- Jardins Proibidos*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=DeYKIGwboOA>, consultado em 5/6/2022.
- Pereira, Mariana (2019). Diário de Notícias. Mayra Andrade: "Esta força muitas vezes assusta os homens". Disponível em: <https://www.dn.pt/cultura/mayra-andrade-esta-forca-muitas-vezes-assusta-os-homens-10542288.html>, acesso a 14/5/2022.
- Pinheiro, Davide (2018). Jornal i. Dino D'Santiago. "Sou uma herança feliz do colonialismo". Jornal i. Disponível em: https://ionline.sapo.pt/artigo/631291/dino-d-santiago-sou-uma-heranca-feliz-do-colonialismo-?seccao=Mais_i Carvalho, acesso a 30/5/2022.
- Ribeiro, Alexandre. *Dino D'Santiago. Mundu Nôbu* (2018). Rimas e Batidas. Disponível em: <https://www.rimasebatidas.pt/dino-dsantiago-mundu-nobu/>, acesso a 30/5/2022.
- Santos, João Pedro (2019). Dino D'Santiago sobre SOTAVENTO: "É o batuku e o funaná a assumirem uma globalidade electrónica". Rimas e Batidas. Disponível em: <https://www.rimasebatidas.pt/dino-dsantiago-sobre-sotavento-e-o-batuku-e-o-funana-a-assumirem-uma-globalidade-electronica/>, acesso a 30/5/2022.
- Santos, Pedro João (2019). Mayra Andrade: "Estou num momento mais lusófono da minha vida". Disponível em: <https://www.rimasebatidas.pt/mayra-andrade-estou-num-momento-mais-lusofono-da-minha-vida/>, acesso a 24/5/2022.
- Sara Tavares. Disponível em: <https://www.saratavares.com/>, acesso a 24/5/2022.
- Soares, Madalena (2020). Dino d'Santiago: "Quero que as pessoas possam estar perto novamente". Espalha Factos. Disponível em: <https://espalhafactos.com/2020/04/14/dino-dsantiago-quero-que-as-pessoas-possam-estar-perto-novamente/>, acesso a 30/5/2022.
- Som Direto (2022). KRIOL apresentam single de estreia "Tempo Djá Muda". Disponível em: https://www.som-direto.com/l/kriol-apresentam-single-de-estreia-tempo-dja-muda/?fbclid=IwAR3If35K3rsYxi5dyeXFsqxPkMmJKs-7IXGotZyl_wSnsvqPHOXnEo634LU, acesso a 14/5/2022.
- Sony Music (2021). DINO D'SANTIAGO LANÇA NOVO ÁLBUM "BADIU" A 26 DE NOVEMBRO. Disponível em: <https://sonymusic.pt/dino-dsantiago-novo-album-badiu/>, acesso a 30/5/2022.
- Sou Quarteira (2022). Disponível em: <https://www.souquarteira.com/>, acesso a 30/5/2022.
- Team, Reb. Rimas e Batidas. "Tempo Djá Muda": Danilo Lopes e Renato Chantre apresentam o projeto Kriol. Disponível em: <https://www.rimasebatidas.pt/tempo-dja-muda-danilo-lobes-e-renato-chantre-apresentam-o-projecto-kriol/>, acesso a 17/6/2022.
- Antena 3 (2021). Fogo Fogo - Ca Ta Da | Eléctrico | Antena 3. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aoW9EqzefDO>, acesso a 17/5/2022.
- Brito, Flávia (2021). Fogo Fogo: "É funaná de Lisboa, de 2021". Disponível em: <https://gerador.eu/fogo-fogo-e-funana-de-lisboa-de-2021/>, acesso a 17/6/2022.
- Festmag. Youtube (2018). Fogo Fogo em Porto Covo (FMM Sines, 20.07.2018). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CEhOB8DB8Dc>, consultado a 17/6/2022.
- Fogo Fogo. Youtube. 2020. Fogo Fogo: NEW ALBUM (making of). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Oc9d9Zru73k>, consultado a 17/6/2022.

- Glam Magazine. 2018. "NHA CUTELO"...NOVO EP DOS FOGO FOGO. Disponível em: <https://glam-magazine.pt/nha-cutelo-novo-ep-dos-fogo-fogo/>.
- Helio, Fonseca (2016). Youtube.. Fogo Fogo Boom Festival 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5VGoRNUGyhk>, / <https://www.youtube.com/watch?v=jO8XAFq-8rQ>, consultado a 17/6/2022.
- Lavrador, Rui (2020). Fogo Fogo celebram 5 anos, anunciam produtores de novo disco e procuram "fazer uma música intemporal, que seja difícil de datar". Disponível em: <https://infocul.pt/arquivo/cultura/fogo-fogo-celebram-5-anos-anunciam-produtores-de-novo-disco-e-procuram-fazer-uma-musica-intemporal-que-seja-dificil-de-datar/>, acesso a 17/6/2022.
- MADE IN PORTUGAL MUSICA (2019). Fogo Fogo lançam o seu primeiro EP de originais. <https://madeinportugalmusica.pt/fogo-fogo-lancam-o-seu-primeiro-ep-de-originais/>, acesso a 17/6/2022.
- Ponto Zurca. Fogo Fogo| Novo Ep "Dia Não". Disponível em: <http://www.pontozurca.pt/?p=5844>, acesso a 17/6/2022.
- Ribeiro, Alexandre (2021). Fogo Fogo: "A ideia original do projecto foi mostrar essa Lisboa que nós sentíamos que já existia". Disponível em: <https://www.rimasebatidas.pt/fogo-fogo-a-ideia-original-do-projecto-foi-mostrar-essa-lisboa-que-nos-sentiamos-que-ja-existia/>, acesso a 17/6/2022.
- Rodrigues, Inês (2021). Rádio Universidade de Coimbra. Disponível em: <https://www.ruc.pt/podcast/culturama/entrevista-fogo-fogo>, acesso a 17/6/2022.
- Santos, Nelson (2021). TSF. Fogo Fogo: a chama do funaná em novo álbum com capa de Vhils. Disponível em: <https://www.tsf.pt/portugal/cultura/fogo-fogo-a-chama-do-funana-em-novo-album-com-capa-de-vhils-14131599.html>, acesso a 17/6/2022.
- Som Direto (2022). Entrevista com Fogo Fogo. Disponível em: <https://www.som-direto.com/l/entrevista-com-fogo-fogo/>, acesso a 17/6/2022.
- Vieira, Rui. Casa Independente. Disponível em: <http://casaindependente.com/quemsomos/projectos/musica/fogo-fogo/?lang=en>, acesso a 30/5/2022.
- Vitória, Ana (2009). Jornal de Noticias. Entre a tradição e a modernidade. Disponível em: <https://www.jn.pt/artes/entre-a-tradicao-e-a-modernidade-1227083.html?id=1227083>, acesso a 30/5/2022.
- Voa Português (2022). Dino D'Santiago: Badiu "foi um resgate ao som da minha voz". Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PvpJJj9Y8pg>, acesso a 5/6/2022.
- Youtube. 2013. Sara Tavares- Programa Chuva de Estrelas (1994). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=cxOEMjZsaSk&list=RDcxOEMjZsaSk&start_radio=1, acesso a 21/4/2022.
- Youtube. 2013. Sara Tavares- Programa Chuva de Estrelas (1994). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=cxOEMjZsaSk&list=RDcxOEMjZsaSk&start_radio=1, acesso a 21/4/2022.
- Youtube. 2016. Ala dos Namorados & Sara Tavares & Nuno Guerreiro - solta-se o beijo - dueto (letra). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oWdLm98G5MQ>, acesso a 22/4/2022.
- Youtube. 2016. Ala dos Namorados & Sara Tavares & Nuno Guerreiro - solta-se o beijo - dueto (letra). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oWdLm98G5MQ>, acesso a 22/4/2022.
- Youtube. 2017. 23 Outubro. M80|Entrevista a Sara Tavares. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BZTfTCcdzmA&t=117s>, acesso a 24/4/2022.
- Youtube. 2019. Lura - Beijo de Saudade (feat. Sara Tavares) [Live at Gulbenkian]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Q2Prtc2DwMM>, acesso a 10/6/2022.
- Youtube. 2020. Branko + Dino D'Santiago: #ALiberdadeEmCasa. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RJxRPpdx3uE>, consultado a 5/6/2022.
- Youtube. Badiu. Disponível em: https://music.youtube.com/playlist?list=OLAK5uy_I0aa-, acesso a 5/6/2022.
- Youtube. Sara Tavares - Chamar a Música | Festival da Canção 1994. RTP. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1wN4IK8cwGg>, acesso a 21/4/2022.
- Youtube. Sara Tavares - Chamar a Música|Festival da Canção 1994. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1wN4IK8cwGg>, acesso a 21/4/2022.

DISCOGRAFIA

Bandcamp. Disponível em: <https://fogofogo.bandcamp.com/music>.

Discogs. 2008. Dino* And The Soul Motion – Eu E Os Meus. Disponível em: <https://www.discogs.com/release/4525687-Dino-And-The-Soul-Motion-Eu-E-Os-Meus>.

Discogs. Lura. Disponível em: https://www.discogs.com/pt_BR/artist/490068-Lura.

Discogs. Mayra Andrade. Disponível em: <https://www.discogs.com/artist/690607-Mayra-Andrade>.

Last Fm. Sara Tavares e Shouts. Disponível em: <https://www.last.fm/pt/music/Sara+Tavares/Sara+Tavares+&+Shout!>.

Letras. Dino d´Santiago. Disponível em: <https://www.lettras.mus.br/dino-dsantiago/>.

Catarina da Silva. Mestranda em Estudos Africanos e Mestre em História de Arte, Património e Cultura Visual pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Via Panorâmica, s/n, 4150-564, Porto, Portugal. Email: cbfsilva628@gmail.com. ORCID: 0000-0002-7303-8865.

Paula Guerra. Doutora em sociologia. Professora de sociologia da Faculdade de Letras e investigadora do Instituto de Sociologia da Universidade do Porto. Professora adjunta no Griffith Center for Social and Cultural Studies na Austrália. Investigadora colaboradora no Centro de Investigação Transdisciplinar «Cultura, Espaço e Memória», no Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território e no DINÂMIA'CET-IUL - Centre for Socioeconomic Change and Territorial Studies, Portugal. Co-fundadora e editora-chefe (com Andy Bennett) do Journal da SAGE: *DIY, Alternative Culture & Society*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Via Panorâmica, s/n, 4150-564 Porto, Portugal. E-mail: pguerra@letras.up.pt. ORCID: 0000-0003-2377-8045.

Receção: 10-07-2022

Aprovação: 13-11-2022

Citação:

Silva, Catarina da; & Guerra, Paula (2022). A música movimenta a cultura e inspira a lusofonia: pelo interior de Cabo Verde ao (re)encontro de Portugal. *Todas as Artes: Revista Luso-Brasileira de Artes e Cultura*, 5(2), pp. 49-72. ISSN 2184-3805. DOI: 10.21747/21843805/tav5n2a3

NERDCORE NÃO É SÓ PARA *NERDS*. UMA REFLEXÃO SOCIOLÓGICA SOBRE O NERDCORE MUSIC CONTEMPORÂNEO

NERDCORE IS NOT JUST FOR NERDS. A SOCIOLOGICAL REFLECTION ON CONTEMPORARY NERDCORE MUSIC

NERDCORE N'EST PAS SEULEMENT POUR LES NERDS. UNE RÉFLEXION SOCIOLOGIQUE SUR LA MUSIQUE NERDCORE CONTEMPORAIN

NERDCORE NO ES SOLO PARA NERDS. UNA REFLEXIÓN SOCIOLÓGICA SOBRE LA MÚSICA NERDCORE CONTEMPORÁNEA

Paulo Sousa

Universidade do Porto, Faculdade de Letras, Portugal

RESUMO: É possível fazer um rastreamento de alguns dos temas explorados em torno da cultura geek e da sua vastidão. No que toca à dimensão das cenas musicais dentro deste domínio, há um vazio que merece ser preenchido. Nerdcore, é um movimento cultural relativamente recente que teve extensões para uma cena musical em concreto. O que se procurou fazer neste trabalho, em primeiro lugar, foi estabelecer alicerces teóricos para investigadores interessados, visto que a bibliografia sobre o assunto ainda deixa muito a desejar, e por outro perceber de que forma esta nova corrente musical é caracterizada no domínio virtual. Para servir de complementação, tivemos acesso a uma entrevista que foi realizada a um dos pioneiros da cena, Fabvl, por um youtuber de nome Munfu Proffitt, a qual a sua análise serviu de corpus empírico para este estudo.

Palavras-chave: *nerdcore music*, cultura geek, cenas musicais.

ABSTRACT: It is possible to trace some of the themes explored around geek culture and its vastness, when it comes to the dimension of musical scenes within this domain, there is a void that deserves to be filled. Nerdcore, is a relatively recent cultural movement that has had extensions to a specific music scene. What we tried to do in this work, in the first place, was to establish theoretical foundations for interested researchers, since the bibliography on the subject still leaves much to be desired, and on the other hand, to understand how this new musical current is characterized in the virtual domain. To serve as a complement, we had access to an interview that was carried out with one of the pioneers of the Fabvl scene by a youtuber named Munfu Proffitt, whose analysis served as an empirical corpus for this study.

Keywords: *nerdcore music*, geek culture, musical scenes.

RÉSUMÉ: Il est possible de retracer quelques-uns des thèmes explorés autour de la culture geek et de son immensité, quant à la dimension des scènes musicales au sein de ce domaine, il y a un vide qui mérite d'être comblé. *Nerdcore*, est un mouvement culturel relativement récent qui a eu des extensions à une scène musicale spécifique. Ce que nous avons essayé de faire dans ce travail, d'une part, c'était d'établir des bases théoriques pour les chercheurs intéressés, puisque la bibliographie sur le sujet laisse encore à désirer, et d'autre part, de comprendre comment ce nouveau courant musical est caractérisée dans le domaine virtuel. Pour servir de complément, nous avons eu accès à une interview qui a été réalisée avec l'un des pionniers de la scène Fabvl par un youtubeur nommé Munfu Proffitt, dont l'analyse a servi de corpus empirique pour cette étude.

Mots-clés: *nerdcore music*, culture geek, scènes musicales.

RESUMEN: Es posible rastrear algunos de los temas explorados en torno a la cultura geek y su inmensidad, cuando se trata de la dimensión de las escenas musicales dentro de este dominio, hay un vacío que merece ser llenado. Nerdcore, es un movimiento cultural relativamente reciente que ha tenido extensiones a una escena musical específica. Lo que tratamos de hacer en este trabajo, en primer lugar, fue sentar bases teóricas para los investigadores interesados, ya que la bibliografía sobre el tema aún deja mucho que desear, y por otro lado, entender cómo es esta nueva corriente musical. caracterizado en el dominio virtual. Como complemento, tuvimos acceso a una entrevista

que le realizó a uno de los pioneros de la escena Fabvl un youtuber llamado Munfu Proffitt, cuyo análisis sirvió como corpus empírico para este estudio.

Palabras-clave: *nerdcore music*, cultura *geek*, escenas musicales.

1. Questões preliminares

É possível fazer um rastreamento de alguns dos temas explorados em torno da cultura *geek* e da sua vastidão, contudo aparenta que, no que toca à dimensão das cenas musicais dentro deste domínio, ainda há um vazio que tem que ser preenchido. *Nerdcare* é um movimento cultural relativamente recente que teve extensões para uma cena musical em concreto. Com este artigo procuramos explorar essa cena musical, buscando delimitar as suas dinâmicas e definir algumas etapas mais recentes desde a sua explosão notória de visibilidade. *Nerdcare music*, está na atualidade a dominar as cenas musicais virtuais do *YouTube*, que serve em grande medida como um grande mediador dos gostos e temáticas *nerd* e *geek* com o mundo da indústria musical e artística, saindo então de um panorama *underground* para um cenário *mainstream*. É tipicamente generalizado como uma ramificação da cultura *hip-hop*, contudo na atualidade ultrapassa essas barreiras, no sentido em que já não está restrito a um estilo alternativo do *hip-hop*, nomeadamente o Rap, podendo atravessar estilos como *Rock*, *Metal* e por aí adiante.

Com isso em mente, pretendemos explorar a temática na interseccionalidade dos modos de resistência e existência discutindo, por um lado, como é que este género musical apresenta-se como um caminho por excelência viável para carreira musical e ou artística, mas explorando também alguns aspectos possíveis em que este género tem papel na forma de afirmação identitária destes artistas, por outras palavras, falaremos nos interesses e gostos trabalhados na cena, nos produtos musicais dos artistas, em junção com a identidade (estética) dos próprios criadores como também da sua audiência.

Este trabalho encontra-se estruturado em diversos tópicos, no seguimento deste tópico introdutório, irá ser mencionado a metodologia selecionada, onde se explicita a estratégia de investigação recorrida para o estudo do objeto de análise, um outro tópico para a discussão teórica sobre o objeto, nomeadamente as temáticas escolhidas e em junção com as dinâmicas atuais do *nerdcare* e as suas etapas, a análise de uma entrevista realizada por um *youtuber* a um dos pioneiros contemporâneos da cena, servindo de corpus empírico deste trabalho, por último um tópico para agregar as principais conclusões descobertas sobre o assunto.

2. Metodologia

A estratégia escolhida, para a realização deste trabalho, foi ponderada com base no interesse de explorar o objeto de estudo em causa, *nerdcare* e mais propriamente a cena do *nerdcare music* em questão, em relação com as temáticas anteriormente mencionadas. Espera-se que este trabalho sirva como base para o arranque de estudos com maior destaque. Por isso, após uma exploração teórica, em grande destaque os contributos de Paula Guerra (2013; 2015; 2016; 2020) e outros autores, pretendemos entender este fenómeno da mesma forma como a Sociologia da Música

transcreve os fenómenos musicais, com uma reflexão sociológica em torno de um objeto de estudo de natureza musical.

Para servir de complementação, tivemos acesso à entrevista que foi realizada, a um dos artistas contemporâneos da cena, por MUNFU Proffitt. Um *youtuber* de reações e apaixonante da cultura *hip-hop*, que tem seguido bastantes artistas *nerdcore* ultimamente, reagindo também aos seus conteúdos. No dia 1 de fevereiro de 2021 MUNFU Proffitt faz upload de um vídeo intitulado, *The REAL FabvL - Fabvl gets personal about Anime rap, & Talks future in music*³⁹. Uma entrevista muito bem sucedida e prolongada, com duração de 1 hora e 35 minutos, que será detalhadamente analisada no tópico a qual este trabalho se dedica. Fabvl é um artista *nerdcore* americano, considerado um dos pioneiros da cena contemporânea, ele e os seus pares elevaram o *nerdcore* de tal forma que ganharam notoriedade suficiente para serem intitulados como tal. Deixa-se a nota, que o *nerdcore* não é só Fabvl, e já existia antes de Fabvl e os seus pares contemporâneos, contudo como vamos ver durante a entrevista e também durante o enquadramento teórico deste trabalho que, de facto, houve um boom de mudanças que facilitaram, num curto período de tempo, o género musical evoluir e os artistas se estabelecerem de forma razoável e até confortável no mundo musical do *YouTube*.

3. O cume do *iceberg*

Nerdcore não é só para *Nerds*: a cena musical evoluiu para além desses confinamentos sociais, num processo poderosamente acelerado. Mas tem história. Antes de explorar as temáticas de interesse deste artigo, importa contextualizar este movimento. Apesar do termo ter sido apenas cunhado em meados dos inícios do século XX, já existiam artistas musicais, nomeadamente rappers que utilizavam referências à cultura pop nas suas letras ou outros temas de teor *nerd* ou *geek* se quisermos colocar nestes termos.

Nos anos 1980, Weird Al Yankovic desencadeou uma corrente de músicas paródicas, em estilo rap, que estabeleceu o alicerce para surgir dentro da grande onda do *hip-hop* um contexto com uma estética mais *geek*. Essa estética veio a ganhar mais força nos anos 90, artistas como Beastie Boys e MF Doom protagonizando de forma destacável a cena que estava ainda nos momentos de infância: a estética dos videojogos, filmes e bandas desenhadas foram devidamente exploradas em álbuns musicais como também a própria imagem do rapper, no caso de MF Doom, por exemplo, que usava uma máscara de prata em homenagem aos vilões de banda desenhada em referência particular a um vilão principal dos *Fantastic Four* da Marvel, criado por Stan Lee e Jack Kirby em 1961, com o nome Dr. Doom.

³⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MZEzwWluDwU>, acesso 23 dez. 2022.

Estamos nos anos 2000, e como foi referido o nome *nerdcore* foi mencionado pela primeira vez por MC Frontalot, no momento em que lança o seu álbum, *nerdcore Hip-Hop*, que teve um sucesso enorme. Este álbum serviu de média para expor o género e deu hipótese a outros artistas que seguem esta corrente específica, como por exemplo Optimus Rhyme (referência a Optimus Prime da série de filmes Transformers, realizado por Michael Bay, baseado numa linha de brinquedos fabricada por Hasbro). Curiosamente, no ano de 2005, um subgénero de *nerdcore* nasce na nomenclatura *geeksta*, uma mescla do termo *geek* e *gangsta*, que combina tópicos como informática e código com o estilo de rap *gangsta*⁴⁰.

Antes de discutir atenciosamente o que está planeado, não podemos esquecer sobre a natureza do nosso objeto de estudo e onde este se posiciona no mundo teórico que vamos explorar: nas ciências sociais que se limitam a pensar o cosmos da música temos que necessariamente tocar no conceito de cena musical, e como estamos a trabalhar algo que só recentemente tem tido uma explosão espetacular a nível de presença teremos também que trabalhar o conceito de subculturas, embora o conceito esteja ultrapassado, sendo este o que antecede ao conceito de cenas, teremos que respeitar os contributos até antes explorados pelos pensadores no seu tempo.

Nerdcore como cena

Entende-se como cena musical, o contexto onde as pessoas se agrupam com um interesse em comum no que diz respeito à música e que se distinguem do resto. Para este conceito teremos que abordar ao longo deste subtópico, a questão do lugar, do interesse, e distinção. O lugar não tem que ser necessariamente um espaço físico, o que vamos ver mais adiante, os interesses são o que mantêm a cena como um espaço em comum de todos os seus participantes e a distinção sobre os outros, e sobre o que é considerado, em muitos casos, o *mainstream*.

O conceito tem muito onde se pegar, mas é extremamente valioso para o entendimento das dinâmicas que decorrem, nos vários níveis individuais e sociais,

As cenas musicais ancoram em si estruturas de sentimento que dizem respeito à partilha de experiências, gostos e afetos comuns inscritos em práticas musicais urbanas específicas, configuradas em determinados espaços significativos. Neles, diversas narrativas se entrelaçam na reconstituição de experiências subjetivas e na compreensão das dinâmicas de produção de subjetividades a partir da música, que se materializam em atos de consumo cultural, estilos e performances estéticas. (Oliveira, 2018: 2)

⁴⁰ Para esta contextualização histórica, veja MasterClass. Disponível em: <https://www.masterclass.com/articles/nerdcore-music-guide#a-brief-history-of-nerdcore>, acesso 23 dez. 2022.

As cenas musicais não estão limitadas aos espaços urbanos, contudo é nestes cenários onde existem as infraestruturas necessárias para proliferarem e fortalecerem-se de forma consistente quer a nível de eventos festivos quer ao nível do consumo cultural e lúdico disponível nos mercados.

As cenas têm várias componentes que as constroem num fenómeno extremamente complexo e diversificado, elas podem ser caracterizadas pela:

- Espacialidade, há uma forte associação do espaço com a cidade, mas não está limitado a isso, existe uma relação de reciprocidade entre o espaço e a cena, o performance;
- Regularidade, para se manter tem que existir consistência, tem que existir indivíduos que regularmente participem a fim de desenvolver um compromisso individual com a cena;
- Efemeridade, apesar de ser uma estrutura extremamente complexa, é também extremamente volátil;
- Coletivização, são os interesses e os gostos que agregam os indivíduos, são eles que querem que exista;
- Teatralidade, existe sempre uma expectativa comportamental dos sujeitos que se integram e antes de mais de uma *performance* de identidade musical pelos artistas, sempre em consideração com o contexto espacial e temporal;
- Transgressão, tem uma dimensão de diferenciação, essa diferenciação pode muitas vezes ser um bocado caracterizado como exibicionismo para quebrar com o status quo do quotidiano;
- Espetáculo, exige uma certa visibilidade por parte dos participantes, a melhor forma de o fazer está na performance, que atrai, que seduz. Esta característica é muitas vezes decisivo para a longevidade do sucesso da cena;
- Inter-relação, está sempre em constante relação com outras plataformas mediáticas, sendo uma cena cultural em si acaba por se tornar impossível não se relacionar com outras cenas culturais;
- Mercantilização, as indústrias culturais e não só vêm constantemente oportunidades de criar produtos culturais para o imediato consumo dos adeptos integrados na tal cena, “Nas palavras de Clark, “tendo ostensivamente neutralizado o punk, a indústria cultural provou ser capaz de comercializar qualquer subcultura juvenil.” (Clark in Guerra, 2013: 113).

Em junção com isto tudo, podem também existir uma variedade de cenas musicais, não existindo cenas musicais puras, isto é, sem terem de alguma forma características associadas às outras:

- Locais, cenas locais são essencialmente o início de qualquer cena;
- Trans-locais, uma cena trans-local termina a sua limitação local podendo atingir cenários internacionais, daí as tours tendo o seu principal papel na proliferação das cenas musicais;
- Virtuais, o aspeto mais comum de cena musical no mundo moderno, em que o principal mediador é sem sombra de dúvida a Internet e em muitos dos casos o *YouTube*;
- Afetivas, aqui os sujeitos não precisam de estar presentes regularmente para estarem conectados emocionalmente com a cena em questão, para isso a memória desempenha um papel de apego com a cena.

Já o movimento *nerdcore*, como uma de muitas cenas musicais, teve a sua origem numa cena mais localizada e nicho que agregava indivíduos dos mesmos interesses, neste momento mantém-se uma cena translocal através de ferramentas virtuais (nomeadamente o *YouTube*, *Spotify*, etc), sendo que a componente afetiva mantém-se presente com bastante peso. Como se pode verificar a nossa afirmação anterior, sobre a questão das cenas puras não existirem, precisamente porque o sucesso destas cenas está dependente de uma audiência comprometedora, leal e abrangente que, como fomos vendo na recapitulação histórica, veio-se construindo paulatinamente e consistente com o decorrer dos anos, estarão sempre interconectados o que é um bocado paradoxal visto que para haver diferenciação, muitos deles caem na tentação de serem '*mainstream-izadas*' e reconhecidos como algo legítimo e digno de estar a par das outras correntes musicais atuais.

De facto, o *nerdcore* diferencia-se e tem as suas características muito claras, tópicos que eram considerados '*nerdy*' ou *geek* são agora menos negativamente estigmatizados, porém continuam a haver algumas tensões que ainda perduram na atualidade. É uma cena caracterizada, maioritariamente, por ser virtual e afetiva, que assume características como a regularidade, efemeridade, coletivização, teatralidade, transgressão, com um toque de espetáculo (agora, com os tours no Reino Unido) e mercantilização, pelo consumo mediático que a audiência consegue agora adquirir, com mais facilidade, devido aos esforços dos serviços de plataformas *Streaming* nomeadamente *Spotify* e agora também redes sociais.

Nerdcore como subcultura

Uma subcultura é um grupo de pessoas dentro de uma cultura que se diferencia da cultura original à qual pertence, geralmente mantendo alguns de seus princípios fundamentais. As subculturas desenvolvem suas próprias normas e valores em *Nerdcore* não é só para nerds. Uma reflexão sociológica sobre o *nerdcore* music [79] contemporâneo ■ Paulo Sousa

relação a questões culturais, políticas e sexuais. As subculturas fazem parte da sociedade, mas mantêm suas características específicas intactas,

Os jovens tornam-se frequentemente membros de culturas, ou de subculturas juvenis, que podem ser vistas como comunidades de significado e de identidade. Estas culturas proporcionam um sentido de pertença, de autorreconhecimento, de empoderamento e mitigam as ansiedades da vida (Guerra & Bennett, 2020: 226).

O conceito de subcultura é um conceito ultrapassado, devido ao facto de que:

Como Hebdige (1979) postula, as subculturas podem ser vistas metaforicamente como um ruído, representando a força e o reconhecimento do subsolo, do marginal. A teoria das subculturas produzidas nos últimos vinte anos sustenta este tipo de perspectiva, bem como o ressurgimento de uma potencial consciência política da classe trabalhadora. Nesta abordagem do conceito de subcultura, o estilo aparece como sinónimo de resistência (Guerra, 2015: 7).

A ideia que Dick Hebdige propõem não está errada, mas ao todo sabe-se que as subculturas não eram governadas pela classe trabalhadora e por isso foi alvo de bastantes críticas. Mesmo assim, não deixa de ser por acaso de que o *nerdcore*, pode ser visto como um movimento social e cultural, de uma camada da sociedade que esteve durante bastante tempo submerso, toda a cultura *geek* ou *nerd* que foi ‘arrumada’ em segundo plano está a ganhar terreno, ou força como Hebdige assim o põe nesta frase acabada de ser citada do trabalho da Paula Guerra (2015), no *mainstream* atual com a ajuda da música, criando sempre tensões daquilo que é “*underground e mainstream*” (Guerra, 2013: 113), sendo assim uma resposta ao *mainstream*. Esta ideia de Hebdige (1975) não surge do éter, é especificamente influenciado pela noção proposta por Michel Foucault, de como a noção de poder “se constrói quotidianamente, através de micro-relações de dominação e resistência: trata-se portanto de algo que existe em todo o lado, com variações sensíveis conforme os locais, os contextos e os atores” (Hebdige, Guerra & Quintela, 2018: 8).

Nos estudos sobre as subculturas existe muita correlação entre a resistência, e também em grande parte sobre as questões de Identidade, Hebdige (1975) menciona que a identidade e a resistência são expressas através do desenvolvimento de um estilo distinto que, por uma ressignificação e operação de ‘bricolagem’, usa os bens da indústria cultural para comunicar e expressar o próprio conflito. No entanto, a indústria cultural muitas vezes é capaz de reabsorver os componentes de tal estilo e, mais uma vez, transformá-los em mercadorias. Ao mesmo tempo, os meios de comunicação de massa, embora participem da construção de subculturas ao difundir suas imagens, também os enfraquecem, privando-os de seu conteúdo subversivo ou divulgando uma imagem estigmatizada deles. Como já foi induzido anteriormente, o estilo para Hebdige é sinónimo de resistência.

E onde está o estilo de *nerdcore*? Esta questão será oficialmente respondida no tópico das dinâmicas do *nerdcore* contemporâneo, pois aqui como será verificado é o local mais adequado de recapitulação da questão em particular, antes disso, foi realizado um mapa aproximado das etapas do *nerdcore* contemporâneo, não se procurou definir com muita precisão as etapas, devido a complicações de definir com precisão o tempo exato em que o *nerdcore* contemporâneo realmente teve estas transformações, por isso recorreu-se a características muito específicas de cada uma das fases para definir estas mudanças, mas sempre com um olho num referencial temporal para avaliar o ritmo de evolução do fenómeno na contemporaneidade, então propõe-se um valor referencial aproximadamente cinco a seis anos, em particular de 2015/16 até 2020/2021.

Etapas do *nerdcore* contemporâneo

Encontra-se na tabela embaixo as três etapas que conseguimos definir sobre o *nerdcore* contemporâneo, as suas características que inclui: elementos musicais, temas musicais (conteúdo/objeto artístico), princípios e meios/mediadores.

	1. ^a Wikipediática (2012-2016)	2. ^a Relacional (mais ou menos em 2017)	3. ^a Universal (2018-2019 para a frente)
Características	-	-	-
Elementos Musicais	- Música, vídeo, <i>Thumbnail</i> e personagem (sendo que os primeiros três são elaborados pelos próprios) numa lógica de <i>do it yourself</i> (DIY).	- Música (Mixers ou músicos); - Vídeo (Editores de vídeo); - <i>Thumbnail</i> (Artistas de desenho) - Personagem/ Artista(s) (Colaborações)	- Face reveal (momento fulcral para o Nerdcore) - <i>Tours</i> (<i>do it visibly</i> , DIV) - Música - Vídeo - <i>Thumbnail</i> - Personagem/ Artistas(s)
Temas Musicais (Conteúdo/ objeto artístico)	- Relativos ao universo que o seu objeto musical se posiciona. - Videojogos.	- Afirmação Musical e de identidade. (como artistas musicais) muitas vezes no coletivo (<i>do it together</i> , <i>DIT</i>) como por exemplo em <i>Cyphers</i> . - <i>Anime</i>	- Unidade contra a oposição (<i>rappers</i>), Confiança, Arrogância - Invocar sensações ou emoções (não <i>rappers</i>) - Tudo que é <i>geek</i> , dentro da decisão do artista
Princípios	- "If you know, you know"	- "If you know, you know".	- <i>If you know, you know</i> . - 1. ^a pessoa (artista)

	- 1. ^a pessoa (personagem) Lógica da prossecução	- 1. ^a pessoa (artista como personagem) - Lógica da prossecução (debilitar)	- Lógica de restrição
Melos/ Mediadores	- YouTube	- YouTube, Spotify, iTunes, Twitch, Patreon, etc...	- YouTube, Spotify, iTunes, Twitch, Patreon, etc...

Tabela 1 - Etapas do *nerdcore* contemporâneo e as suas características

Fonte: Paulo Sousa.

Nota-se que devido á fluidez e o quão rápido este fenómeno evoluiu torna-se um bocado complicado definir momentos precisos de transição entre as diversas etapas do *nerdcore*, sabe-se que a mais demorada foi sem dúvida a primeira em que durou alguns anos (3-4, então entre 2012/13 e 2016/17), quando os *animes* começaram a tornar-se *mainstream* na cultura virtual, capacitando o momento no qual os artistas começaram a fazer os seus primeiros AMVs (*Anime Music Video*, aproximadamente em 2017) pode-se assumir que aconteceu uma reviravolta na sua presença e na própria posição da mesma cena em relação ao *mainstream* que até ao momento esteve bastante submerso aos tantos olhos e ouvidos, desde daí que estes artistas não pararam de melhorar cada vez mais a sua arte até aos dias de hoje, levando o *nerdcore* sempre para o próximo nível.

A lógica de continuidade que veio a enfraquecer na segunda fase e depois desaparecer, tornando-se numa lógica de redução, estes conceitos utilizado por Ana Oliveira (2020) no seu estudo, que baseamo-nos para o entendimento deste fenómeno em particular, serve para definir o ritmo que os artistas puxavam o seu conteúdo, existe um ritmo muito acelerado nas primeiras fases, pois aqui os artistas estão numa guerra constante de afirmação identitária enquanto artistas musicais, na **cena que estão a construir, “para fazer uso da expressão mítica de António Sérgio, se constrói na base do direito à diferença” (Guerra, 2013: 124). Isto mostra uma redução** a partir do momento em que a confiança neles próprios e na sua música torna-se evidente e reconhecida pela comunidade virtual do *YouTube Music*. Em que a quantidade não se sobrepõe à qualidade. Então podemos definir uma segunda fase para a cena no momento em que o AMV foi introduzido, uma prática virtual que já existia antes, no género musical causou um exponencial aumento de visibilidade da cena musical.

Para definir o momento temporal específico em que a terceira fase iniciou, é muito complicado, contudo a introdução do “*Face Reveal*” nos vídeos das canções, demonstra um estado de arte específico e diferente do que as anteriores, ou seja, neste momento, os artistas atingiram um patamar de confiança nas capacidades musicais e de identidade face à cena que manifesta-se neles próprios se quiserem incluir nos videoclipes das suas canções, como algo natural de se ver em videoclipes

musicais de outros gêneros conhecidos. Pois o performance traz consigo outro elemento de autenticidade para o género musical. Em soma disso, os artistas de *nerdcore* ingleses já tomaram iniciativas de espetáculos ao vivo, “Shao Dow Tour”, artistas como Shao Dow, Connor Quest, Rustage, entre outros iniciaram o seu tour em Londres e Cambridge, 29 de Maio de 2022 e 22 de Abril do mesmo ano. Algo nunca antes visto e portanto um marco importante para a cena, consagrando-se a sua translocalidade para além do apenas virtual.

Para os seus intervenientes, a atuação num espetáculo ao vivo traduz-se em espontaneidade e por isso defendem a noção de autenticidade, uma característica que muitas das bandas também pretendiam preservar nas suas gravações, recriando assim o som das atuações ao vivo (Guerra & Bennett, 2020: 228).

Não podemos deixar de referir, no entanto, que a mudança de etapas não aponta para um corte absoluto com a etapa anterior, pelo contrário existem continuidades, apesar de ainda estarmos na terceira fase do *nerdcore* contemporâneo, ou seja, por mudarmos de fase, isso não indica que não existam momentos de referenciação ao universo em que a personagem existe, daí o princípio que eu cunho como ‘*if you know you know*’ estar presente em todas as etapas definidas, da mesma forma que o artista não deixa de se relacionar com o seu objeto de inspiração, isso ainda acontece e muito, principalmente a parte relacional, até ao ponto de dificultar a diferenciação entre as duas últimas etapas. Destaca-se, porém, a existência de mais meios mediadores que despoletaram a posição do *nerdcore* como cena *underground* para um cenário mais *mainstream*, visto que realmente o *Streaming* se torna o principal meio de rendimento destes artistas, sendo na grande totalidade uma cena virtual.

Dinâmicas superficiais do *nerdcore* contemporâneo

Neste ponto, apenas fornecemos o esqueleto, de como se traduz o objeto artístico no processo da sua elaboração nos diversos momentos de criação até ao produto final, ou seja, como é que uma canção *nerdcore* contemporânea é criada.

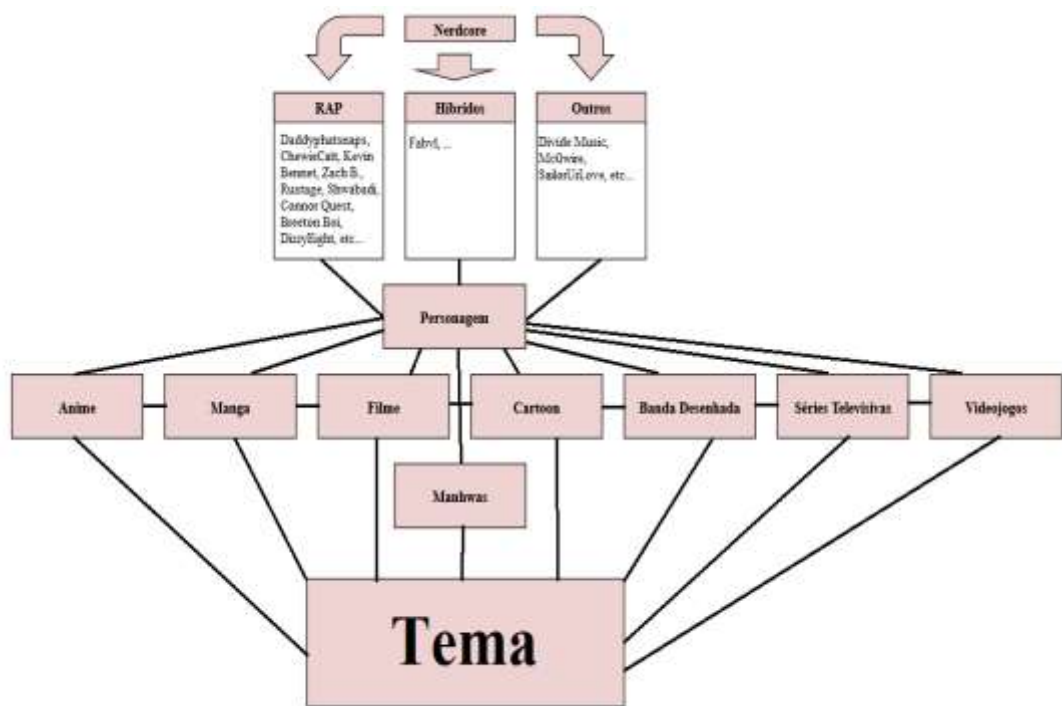


Figura 1: Esqueleto sobre as dinâmicas do *nerdcore*
 Fonte: Paulo Sousa.

O processo começa no artista, que tipo de artista estamos a falar? Um rapper? Um cantor de *Rock* ou *Meta*? Isso inclui logo à partida uma diversidade instrumentalista e vocal que captam uma maior diversidade de audiência, tocando em vários nichos e interesses como também gostos musicais. Depois temos a personagem, o principal objeto de intriga destes artistas ou ‘musa’ inspiracional que pode existir em vários universos mediáticos de interesse *geek* ou *nerd* como videojogos, anime e por aí adiante. Um aspeto a salientar, está na quantidade de médias que a personagem de interesse pode-se manifestar, por exemplo uma personagem de videojogo, existir num anime e por relação existir também um mangá sobre esse anime etc, isto garante uma diversidade temática que pode ser tocada sobre vários ângulos, sendo estes ângulos, a interpretação subjetiva dos artistas sobre essa mesma personagem, o que traz como consequência existirem duas canções sobre a mesma personagem, mas com géneros musicais diferentes, com temas diferentes, com componentes artísticas e pessoais diferentes, acabando não num só produto mas dois ou mais, porque tanto um artista como o outro tiveram inspirações diferentes.

Considerando o exemplo de Batman, uma personagem muito popular das bandas desenhadas DC, que tem imensas versões de personagem nessa média mas também aparece por exemplo, nos filmes que são baseados nessa personagem encontram-se adaptações diferentes devido aos atores que protagonizam o papel, como também os diretores que têm uma visão divergente sobre o cenário. O processo no *nerdcore* é exatamente o mesmo. Os artistas têm uma pletera de caminhos que podem seguir para contar uma certa história, que não tem necessariamente a haver com as

personagens. Então tomando o tópico da reexistência, o *nerdcore* é um caminho que estabeleceu estes artistas no universo musical que eles próprios criaram e desenvolveram, definido com os seus gostos interligados com a sua personalidade e carácter, deu origem a um media da cultura *geek* nos universos representativos do *mainstream* atual, com um estilo próprio e diferenciado das outras cenas musicais, algo que Guerra e Januário mencionam com reforço á minha afirmação:

Tia DeNora (2000) refere justamente uma *technology of the self*, entendendo a música tal como os indivíduos a utilizam para construir uma identidade, estabelecendo uma ligação entre música e momentos-chave nas suas vidas. De igual modo, a música permite que grupos estabeleçam identidades, apesar de também servir para potenciar divisões sociais, permitindo que os grupos se demarquem entre si, pois agrega indivíduos com gostos e práticas culturais semelhantes: é o que Roy e Dowd (2010) apelidam de “*technology of the collective*” (Guerra & Januário, 2016: 205).

Por último queríamos fechar este capítulo respondendo à questão levantada sobre a estética do *nerdcore*:

Na configuração dos estilos, os objetos mundanos possuem função principal, e podem se converter em materiais simbólicos ao assumirem uma ação de subversão de ordens, instituições e fronteiras, assinalando e reorientando a presença da diferença. Os objetos também jogam com estigmas e são uma porta de entrada para a construção de sentimentos de pertencimento a uma comunidade alternativa (Oliveira, 2018: 4).

Precisamente, a estética que Hebdige (1975) menciona na sua grande tese sobre o movimento Punk no Reino Unido, será usufruído para distinguir uma identidade musical própria da cena, olhando para o esquema definido, os objetos simbólicos que Oliveira (2018) descreve são todos os elementos da cultura *geek*, ou que fazem o consumo cultural *geek*, como videojogos, *anime*, *manga*, banda desenhada, filmes, séries televisivas, *cartoons* e até *manhwas* (equivalente ao mangá sul-coreano), estes objetos culturais são simbólicos, entram na equação para o consumo da música que trabalha temas sobre personagens que provêm destes universos. Embora hoje em dia, na fase mais avançada do *nerdcore*, entende-se perfeitamente que as histórias contadas nas músicas sobre estas personagens não são sobre as personagens fictícias mas sim sobre os próprios artistas, por isso se ainda estivermos recordados, na linha dos princípios, músicas cantadas na primeira pessoa (sobre eles próprios) não advém por apenas intuição, é um fator bastante recorrente. Em suma, a resposta à questão proposta, vale o que vale, pois foi encontrada através de um processo de usufruição teórica para além do contínuo envolvimento pessoal com a cena, mas a estética do *nerdcore* é uma estética intimamente *geek*.

4. *Fabvl*. Notas de um pioneiro

O artista não foi selecionado ao acaso, *Fabvl* teve um papel, que continua a desempenhar, de mediador do movimento *nerdcore*. Com agradecimentos ao *youtuber* Munfu Proffitt, conseguimos ter acesso a uma discussão que foi realizada,

em estilo de entrevista, entre o próprio *youtuber* e o artista sobre temas pessoais e da cena atual do *nerdcore*. É de notar que esta entrevista foi realizada aproximadamente dois anos antes da redação deste trabalho, muito pode ter sido alterado entretanto mas sem perder a relevância para o nosso interesse, a sua análise será o ponto fulcral deste capítulo.

Fabvl começa por nos dar pistas sobre o seu passado:

I grew up in a little country town in California, in Templeton, I lived there until I was 21 and then I joined the navy and I was in the navy for 4 years, then I got out of the navy and my wife who I met in the navy, moved up to Oregon up to like central Oregon for another 4 years or so, now I am back in Cali and I've been here for like a year now (Fabvl, 2021).

Um pouco mais adiante, Munfu fez questão de perguntar sobre quando é que Fabvl se interessou por música e que tipo de música ele ouvia quando estava a crescer:

Yeah so, I've been into music, listening to music since I was a little kid. When I was really little, my parents went through a divorce and I remember that music kinda helped me through that and I just never got off it. I remember that time I started listening to my first CDS, I remember them being of Linkin Park, and I was heavily heavily involved with League of Legends, you probably hear my music, it makes sense (...) I loved Linkin Park they kinda introduced me to both Rock and Hip-Hop at the same time, and that kinda like morphed my musical taste and it's never really left, like I love Rock, I love Metal but I love Hip-Hop as well, Linkin Park actually introduced me to Jay-Z (...) When I got introduced to Jay-Z thanks to them, to this day I think that my favorite all time artist is Drake but my favorite all time rapper is Jay-Z (Fabvl, 2021).

Algo que o cantor veio a repetir-se mais à frente:

I think like growing up I was a little messed up, my whole life I was like in a dark place, so like music, I would always sit down and listen to music for like hours and like I wouldn't just listen to music I would imagine myself performing it, and when I listened to Linkin Park, Jay-Z and all those people, Red Hot Chili Peppers were huge too, you know I grew up in white suburbia so like there wasn't really a lot of rhythmic, you know my parents were listening to country and everyone around me was listening to like different stuff so I found like, when I found Linkin Park I found Hip-Hop, and I found just like groove and all this other stuff, and I would just imagine myself perform like air guitar and stuff like that (Fabvl, 2021).

Primeiramente, a música como se pode entender pela expressão do artista foi muito importante na sua pessoa, principalmente num dos momentos mais difíceis da sua vida, o divórcio dos seus pais. Esse impacto atenuador, da música, e a impressão positiva que teve no autor assegurou que a música se mantivesse perto dele e, nas palavras dele, “nunca mais o deixou”. Parece-me bastante familiar a noção do *technology of the self* proposto por Tia DeNora, “entendendo a música tal como os indivíduos a utilizam para construir uma identidade, estabelecendo uma ligação entre música e momentos-chave nas suas vidas” (Guerra & Januário, 2016: 205).

Também é de assinalar, as influências destas fontes nas suas músicas está bastante evidente com este passado, para quem desconhece, Fabvl não é um rapper, apesar de ele ser um apreciador de *Hip-Hop* e apesar de existir, nas suas músicas, elementos que caracterizam o som como tal, ele próprio não se define dessa forma, é mais uma vez possível de verificar nas suas músicas elementos mais adequados ao género *Rock*, *Metal* tudo misturado com elementos *Hip-Hop* (rap). E mais interessante ainda, Fabvl têm um passado na música, no tempo do liceu ele participou numa banda de *Metal*, no qual atuou como principal cantor da banda, conheceu *Divide Music* lá, que coincidente tornou-se outro artista *nerdcore* contemporâneo, e até hoje são ambos amigos que, apesar de se encontrarem em espaços físicos diferentes, continuam a puxarem-se um ao outro num ambiente virtual de competição saudável, com os seus pares comuns:

I started to write music in high school, actually Divide Music, is one of my really close friends in real life, we met in highschool (...) Kinda weird how life has worked out but I told him like, he played the guitar and I was like, "hey man im interested in being like a singer for like in a band and jam out", and he agrees to it and I knew another friend at the time who was playing drums and so I was like "hey we should meet up and just try to make some music", so we did and I was 16 at the time and that's when my passion to create music began, because I had played trumpet before then, I was playing trumpet like in Jazz bands and stuff but I never explored really the idea of creating my own music (Fabvl, 2021).

Após uma discussão breve, Munfu continuou a entrevista, desta vez questionando a partir de que momento é que iniciou a sua carreira no *YouTube*, mais em específico, o quê que o incentivou a fazer uploads:

*Yeah so, I started as a joke, when I got off the navy, my buddies in the navy and some other couple of friends, they were like "hey you know, you are really good at video games and you're really good at music, have you ever thought about making a song about a video game?" And I was like "Huh...", and I thought that it sounded kind of weird but like why not? I guess I'll do it so I did it and I did this about the esports organizations because at the time I was like heavily involved with like *Call of Duty* and I've always been like a *Halo* guy so yeah I was doing some songs about Esports and then like things just started like blowing up like doing pretty good and at one point Nadeshot saw my song, that I made about him so he started pushing that and that's when I realized like me and my wife looked at each other and we were like, I think it was at the time that Nadeshot said, like he was on his stream and said "I'm gonna plug this guy on twitter because people don't understand how much effort and work goes in to make something that sounds quality" me and wife looked at each other and said "Really?!" and so I thought that maybe I can actually do this (Fabvl, 2021).*

É muito interessante a ideia de pensar que a sua carreira iniciou-se sob o pretexto de uma "piada", sem muitas expectativas o artista ficou abesbílico quando viu o seu conteúdo a ser reconhecido e explodir de repente, pois esse tipo de conteúdo era sobre um tópico fora do normal e então o que ele pensara de início ser algo mais nicho, acabou por receber mérito por trabalhar tópicos normalmente postos de lado

das correntes *mainstream*, Nadeshot quem ele refere é um *gamer*, com uma determinada presença no *fandom* dos videojogos naquele tempo, ao ser reconhecido por alguém com algum destaque, mesmo que a comunidade deste *gamer* fosse fora do mundo musical (e em contrapartida pertencer ao mundo dos videojogos), deu-lhe o necessário propósito de continuar o seu percurso.

Me and my wife, we got out together and her and couple of other people in my life were like, "you should try to do something because you can do something", and so I... yeah I just kinda started doing music about some nerdy stuff because you know that I've always liked video games and anime and all that stuff (Fabvl, 2021).

Por falar em percurso, a sua viagem foi fortemente, nos primeiros momentos, baseado numa filosofia de *do it yourself* (DIY) e como vamos ver mais á frente esta noção ainda continua, muito enraizada por questões pessoais:

The biggest difference about nerdcore and a lot of nerdcore artists that people don't understand is that, a lot of it, you know a lot of people have people working with them and so they (the listeners) expect to hear a certain level of quality and I always try my best, my damndest because I have only been producing my own music like, I always was writing my own music but it was always in like a band group, I always had other people around me helping me, and now I'm in the box producing my own music from the ground up to a few years now but I do have a great understanding of what I want (...) People don't understand how much work is in the back (Fabvl, 2021).

O artista chama atenção que houve evolução da sua parte, e fala em nome de todos os artistas dentro da cena que não estão a receber o devido reconhecimento, pelo esforço *backstage* que envolve a cena toda, protagonizado por indivíduos que têm a mesma ambição de seguirem o caminho como músicos independentes, o que pode levar a entender a existência de redes sociais estabelecidas entre eles:

*Exactly that's how it feels bro, thank you! Whether it's good or not, who knows, because in years from now I'm gonna look back on this and see all its flaws, and it's an endless battle but I think I'm gonna be more proud of these songs because, like this song I put out this week. it's not a song about f*cking Sasuke it's about so me so like, and that's just how it is you know but it relates, so I'm pulling inspiration from the show (Naruto), I'm relating to a character and I'm writing a song about me, and honestly when I hear these songs back it's a lot more pleasing to me in time (Fabvl, 2021).*

Antes que este capítulo exceda o que está planeado discutirmos, temos mais dois tópicos que queremos elucidar antes de dar fecho a este papel, o primeiro ponto, diz respeito à transcrição anterior, resumidamente, temos o que foi apontado para o esquema anterior e alguns pontos de associação com a tabela ainda antes disso, o processo de criação destes artistas parte da inspiração que lhes é conferido pelo visionamento ou envolvimento com a fonte em questão, existe um momento de relação com essa personagem mas o produto final não é sobre essa personagem mas sim sobre eles próprios.

Em termos artísticos, e no nome de quem aprecia música, para o autor a fase em que o *nerdcore* se encontra dá-lhe uma sensação de realização pessoal equivalente a qualquer outro tipo de música que confere a outro autor qualquer. Todo o processo *backstage*, performance e conteúdo que está devidamente a ser partilhado, nesta fase do *nerdcore*, deixa-o mais seguro enquanto às suas capacidades artísticas e musicais, os seus gostos fazem parte da sua música.

Sua formação reflexiva se refere ao fato de que o gosto é formado no momento em que é expresso, e ele é expresso ao mesmo tempo em que se configura como uma espécie de tecnologia de apresentação de si (...). O gosto ainda condiciona e é condicionado por signos sociais, por diversas origens históricas e culturais, por pretextos contextuais e rituais de prazer e felicidade, que se articulam ao estilo demarcando individualidades e formas de autoexpressão a partir de uma “consciência de si estilizada (Oliveira, 2018: 8).

Com reflexões pessoais muito interessantes, deixamos esta resposta de Fabvl quando Munfu, no fim da entrevista, questionou-o se tem algum interesse em aderir a alguma *label*:

Munfu - *Have you had any labels reach out?*

Fabvl - Yes.

Munfu - *They want to work or how do you feel about that?*

Fabvl - *Never. I'm gonna be honest with you, there's not a single person at any record label that could do what's in my head better than me. I would have to be so established and so big that I could do whatever I want with that deal, to where I could say "I'm going to sign with you guys because I am who I am and you are just gonna sign me, and I'm still going to be who I want to be, and you're not taking it", because that's it, I don't need them, it's not that I hate them or anything I just don't need them.*

Munfu - *Right, because you made it this far by yourself so "sky's the limit".*

Fabvl - *Yeah, I have an idea what I want and I know how to get there so, anything else, like people taking money from my brand? I'm very selective, it's like, "why would I give you all a cut of what i've been working towards that I know how to do?" At this point, unless you can add to it and make it blow into another new level, maybe, but I don't trust that many of them can, I think they would probably f*ck it up (Fabvl & MUNFU Proffitt, 2021).*

5. Pistas conclusivas

Tudo o que foi discutido, é apenas o topo do Iceberg, *nerdcore* é um universo intrigante e merece ser devidamente trabalhado, em termos musicais, a cultura *geek* ainda tem muito para ser explorado, e o *nerdcore* tem muitos mais tópicos que ainda não foram questionados. Qual é a posição das mulheres no *nerdcore*? Qual o efeito das celebridades nestes respetivos universos para a proliferação da música? O que são *Normies*? *Normies* vs *Geeks*, qual as representações de ambos os grupos que

podem ser retirados ao ouvir *nerdcore*? Que redes sociais são criadas nestas dinâmicas?

Embora não houvesse hipótese para explorar com ainda mais detalhe este fenómeno, o nosso trabalho estará conseguido se deu para pelo menos considerar para o futuro, despoletar mais questões sobre a cena e que sirva algum interesse para suporte bibliográfico. Definiu-se as etapas do *nerdcore* contemporâneo e algumas das suas características, nada impede de adicionar mais componentes de análise e elaboração de mais esquemas que organizam as dinâmicas ainda pouco exploradas. Tal como a metáfora induz, ainda estamos no início da nossa descoberta de algo muito novo, mas que exige uma maior aplicabilidade teórica e empírica que deve ser catalogada de forma sistemática e consistente dos descobrimentos que são realizados para fins científicos.

O *nerdcore*, é um movimento cultural, em que a sua estética artística dá caminhos para uma afloração temática, dando primazia aos gostos, identidade dos sujeitos para poderem criar dinâmicas complexas de consumo e socialização, afetando o *status quo* artístico assim da mesma moeda que dá *empowerment* a uma comunidade extensa e da mesma complexidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Hebdige, Dick; Guerra, Paula & Quintela, Pedro (2018). *Subcultura: o significado do estilo*. Lisboa: Maldoror.
- Guerra, Paula & Bennett, Andy (2020). Punk Portugal, 1977–2012: A preliminary genealogy. *Popular Music History*, 13.3, pp. 215–234.
- Guerra, Paula & Januário, Susana (2016). *Um espelho é mais do que um espelho: as novas formas e linguagens da canção que protesta na contemporaneidade portuguesa*. *REVISTA NAVA. Programa de Pós-graduação em Artes, Cultura e Linguagens, da Universidade Federal de Juiz de Fora*, 1(2), 202-239.
- Guerra, Paula (2015). *Flying Away: Electronic dance music, dance culture, psytrance and new sounds in Portugal*. In Simão, Emília; Silva, Armando Malheiro da; Magalhães, Sérgio Tenreiro de (Eds.). *Exploring psychedelic trance and electronic dance music in modern culture* (pp. 307-336). Hershey: IGI Global.
- Guerra, Paula (2013). Punk, ação e contradição em Portugal. Uma aproximação às culturas juvenis contemporâneas. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, n. 102-103, 111-134.
- Guerra, Paula (2020). Under-Connected: Youth subcultures, resistance and sociability in the Internet Age. In Gildart, Keith; Gough-Yates, Anna; Lincoln, Sian; Osgerby, Bill; Robinson, Lucy; Street, John; Webb, Peter & Worley, Matthew (Eds.). *Hebdige and subculture in the twenty-first century. through the subcultural lens* (pp. 207-230). London: Palgrave Macmillan, Cham.
- Oliveira, Ana (2021). *Do it together again: redes, fluxos e espaços na construção de carreiras na cena independente portuguesa* [Tese de Doutoramento]. Lisboa: Iscte - Instituto Universitário de Lisboa.
- Oliveira, Luciana Xavier de (2018). *As políticas de estilo nas cenas musicais: contribuições teórico-metodológicas*. *Latitude*, 12(2), 60-74.

Paulo Sousa. Licenciado em Sociologia pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto e mestrando em Sociologia na mesma instituição na área de especialização *Contextos, Práticas*

Nerdcore não é só para nerds. Uma reflexão sociológica sobre o nerdcore music [90]
contemporâneo ■ Paulo Sousa

e *Políticas Culturais*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Via Panorâmica Edgar Cardoso s / n, 4150-564 Porto, Portugal. Email: paulosgs1998@hotmail.com. ORCID: 0000-0001-7065-6329.

Receção: 10-07-2022

Aprovação: 02-12-2022

Citação:

Sousa, Paulo (2022). Nerdcore não é só para nerds. Uma reflexão sociológica sobre o nerdcore music contemporâneo. *Todas as Artes: Revista Luso-Brasileira de Artes e Cultura*, 5(2), pp. 73-91. ISSN 2184-3805. DOI: 10.21747/21843805/tav5n2a4

MÚSICA LIMINAR E MEMÓRIAS DE UM FUTURO PASSADO: UMA ANÁLISE SOCIOLÓGICA DO *LO-FI* E *VAPORWAVE*

LIMINAL MUSIC AND MEMORIES OF A PAST FUTURE: A SOCIOLOGICAL ANALYSIS OF *LO-FI* AND *VAPORWAVE*

MÚSICA LIMINAL Y RECUERDOS DE UN FUTURO PASADO: UN ANÁLISIS SOCIOLÓGICO DEL *LO-FI* Y *VAPORWAVE*

MUSIQUE LIMINALE ET SOUVENIRS D'UN FUTUR PASSÉ: UNE ANALYSE SOCIOLOGIQUE DU *LO-FI* ET DU *VAPORWAVE*

Rodrigo Serra Diogo

Universidade do Porto, Faculdade de Letras, Portugal

RESUMO: Este artigo debruça-se sobre as cenas musicais do *lo-fi* e do *vaporwave* tendo como ponto de partida uma abordagem sociológica. Por um lado, é contextualizado historicamente e culturalmente o surgimento de ambos os géneros musicais e, também, analisa-se como se manifestam atualmente no espaço digital. Por outro lado, são descritas as paisagens culturais, temáticas e emocionais destas cenas, uma vez que possuem significados simbólicos e contextos criativos muito específicos: aspetos estes intrincados e sociologicamente relevantes. Deste modo, o artigo conta com o enquadramento destes géneros como cenas musicais, uma análise empírica dos espaços digitais onde estas cenas proliferam e uma tentativa de evidenciar a importância sociológica das dinâmicas de ambas.

Palavras-chave: *lo-fi*, *vaporwave*, cenas musicais, sociologia da música, emoções.

ABSTRACT: The following article explores the musical scenes of *lo-fi* and *vaporwave* through a sociological approach. On the one hand, both genres' emergence are historically and culturally contextualized, also, it is analyzed how they are currently manifested in the digital space. On the other hand, the cultural, thematic, and emotional landscapes pertaining to these scenes are described, since they have very specific symbolic meanings and creative contexts: aspects that are intricate and sociologically relevant. Thus, the article consists of framing of both genres as musical scenes, supported by the literature referenced and cited, an empirical analysis of the digital spaces where the scenes thrive, and an attempt to highlight the sociological importance of the dynamics of both.

Keywords: *lo-fi*, *vaporwave*, music scenes, sociology of music, emotions.

RÉSUMÉ: Cet article s'intéresse aux scènes musicales *lo-fi* et *vaporwave* à travers une approche sociologique. D'une part, l'émergence des deux genres musicaux est contextualisée historiquement et culturellement et, également, on analyse comment ils se manifestent actuellement dans l'espace numérique. D'autre part, les paysages culturels, thématiques et émotionnels de ces scènes sont décrits, car ils ont des significations symboliques et des contextes créatifs très spécifiques: des aspects complexes et sociologiquement pertinents. De cette manière, l'article compte sur le cadrage de ces genres en tant que scènes musicales, soutenu par la littérature référencée et citée, l'analyse empirique des espaces numériques où prolifèrent ces scènes et une tentative de mettre en évidence l'importance sociologique de la dynamique des deux.

Mots-clés: *lo-fi*, *vaporwave*, scènes musicales, sociologie de la musique, émotions.

RESUMEN: Este artículo se centra en las escenas musicales de *lo-fi* y *vaporwave* a través de un enfoque sociológico. Por un lado, se contextualiza histórica y culturalmente el surgimiento de ambos géneros musicales y, además, se analiza cómo se manifiestan actualmente en el espacio digital. Por otro lado, se describen los paisajes culturales, temáticos y emocionales de estas escenas, ya que tienen significados simbólicos y contextos creativos muy específicos: aspectos intrincados y sociológicamente relevantes. De esta forma, el artículo cuenta con el encuadre de estos géneros como escenas musicales, apoyado en la literatura referenciada y citada, el análisis empírico de los

espacios digitales donde proliferan estas escenas y un intento de resaltar la importancia sociológica de la dinámica de ambos.

Palabras-clave: lo-fi, vaporwave, escenas musicales, sociología de la música, emociones.

1. Nota introdutória

O presente artigo, debruça-se sobre as cenas musicais do *lo-fi* e do *vaporwave*. Assim, será feita uma análise diacrónica e sincrónica em torno de ambos os géneros, enfatizando a sua génese e a sua materialização, especialmente no tocante aos espaços digitais (Schembri & Tichbon, 2017). Para tal, recorrer-se-á à utilização de contributos teóricos e literários para descrever as cenas através de uma lente analítica sociológica e, igualmente, será feita uma análise de conteúdo que se assumirá como o nosso escopo empírico (Creswell, 2014), ou seja, será dada primazia a *websites* como o *YouTube* - aplicando, assim, a *netnografia* como técnica de investigação (Kozinets, 2015) - onde existem inúmeras *playlists* com música de ambos os géneros; do mesmo modo, entendemos que esta é a plataforma onde os utilizadores podem comentar sobre a música e partilhar as suas opiniões. As *playlist* foram selecionadas com um critério: as que possuem maior número de *likes*. Por outro lado, pretendemos partir da ideia que a estética artística e cultural (ver Figura 1) do *lo-fi* e do *vaporwave* representam outro produto histórico relevante que também será tido em conta. Esta análise qualitativa à textualidade da música (Viljoen, 2004) e o que a mesma significa para os indivíduos, desde o imaginário estético até às emoções despertadas (Ballam-Cross, 2021), é matéria-prima sociológica pertinente para a realização deste artigo.



Figura 1: Exemplo de uma artwork

Fonte: <https://wallpapersden.com/retro-city-ultra-hd-5k-wallpaper/>

Os temas centrais deste artigo são as cenas musicais do *lo-fi* e do *vaporwave*. A terminologia cena musical, nos moldes propostos por Bennett e Peterson (2004), quando usada no contexto deste trabalho, refere-se a um conjunto de artistas que partilham características, nomeadamente estilísticas, estéticas, musicais, criativas, etc, entre si. Como tal, estes vão formando uma “nuvem” sociodemográfica que atrai diversos tipos de indivíduos; as interações estabelecidas entre apreciadores, fãs,

criadores, mediadores e outros agentes na cena ao longo do espaço-tempo estão na gênese das dinâmicas e idiosincrasias da cena específica (Bennett, 2018; Schilt, 2004). São estes aspetos que representam a matéria-prima analítica principal deste tipo de estudos. No caso, este artigo tentará analisar estas questões nas cenas musicais escolhidas: o *lo-fi* e o *vaporwave*.

Existem certos aspetos que importam trabalhar e descrever com alguma profundidade quando se discute o *lo-fi* e, por outro lado, o *vaporwave*. Importa esclarecer neste momento mais inicial do texto que estes géneros musicais não são sinónimos alternáveis entre si, mas, não obstante, partilham efetivamente alguns aspetos em comum. Uma investigação futura poderia servir o propósito de aprofundar ainda mais um género ou o outro, mas a questão que norteia este artigo, prende-se com o desígnio de pretendermos compreender e patentear o que é são *lo-fi* e o *vaporwave* enquanto cena musical (Nowak & Whelan, 2018), sendo que, a partir desse primeiro interrogamento, outros começam a despoletar, tais como questionamentos relacionados com as suas características, raízes históricas e modificações ao longo do tempo, ou ainda, questões referentes aos motivos que subjazem à estética e ao dito imaginário visual (ver Figura 1). Serão estas cenas musicais virtuais? Ora, estas foram algumas das questões que se foram revelando à medida que iniciávamos o nosso processo reflexivo. Em brevíario, o objetivo principal será conseguir responder devidamente às questões apresentadas, fundamentando os argumentos e conceitos mobilizados de modo compreensível.

2. *Lo-fi* e *vaporwave*: contextualizações semânticas, cronológicas e culturais

E ela o faz encontrando uma mídia para se opor drasticamente ao vinil: a fita cassete. É uma mídia bem distinta do LP, pois armazena mais tempo de áudio, e, principalmente, permite ao consumidor gravar sons nela por conta própria, até mesmo por cima de um registro anterior. Na primeira metade da década de 1970, surge o punk e o movimento cultural *Do It Yourself*. Faz parte desta a ideia de os músicos gravarem suas canções por conta própria. (Conter, 2015: 2)

Iniciaremos esta análise musical temática com o *lo-fi* e o que se entende quando estamos a falar deste género. A verdade é que o significado cultural do *lo-fi* foi sujeito a mutações ao longo do tempo e, atualmente, associa-se a um panorama mais específico. Apesar de não serem interpretações totalmente diferentes e indistintas da gênese, têm sim as suas características e motivações por detrás destas evoluções.

O *lo-fi*, como a citação acima de Marcelo Conter (2015) indica, está conectado à cultura do *do-it-yourself* (DIY), uma vez que o género partia do princípio da produção caseira e da distribuição independente, tendo apenas como suporte os meios digitais (Spencer, 2008). O termo *lo-fi* vem da expressão “low fidelity” dado que imperfeições ou perturbações sonoras faziam parte deste tipo de música, quer seja por uma

escolha artística concreta ou produto do equipamento. A certo ponto, o *lo-fi* e o DIY se tornaram sinónimos alternáveis entre si.

Esta terminologia do *Lo-Fi* surge enquanto um antónimo ou o oposto do *hi-fi*, *high fidelity*; ambos os termos surgiram nos anos 50 do século passado. Até à década de 1980, as gravações *lo-fi* eram vistas como indesejáveis e dificilmente apreciadas pela crítica, devido às suas imperfeições que eram, tipicamente, gravadas em estúdios caseiros. Aliás, mesmo até ao início dos anos 2000 o *lo-fi* era visto como um género musical arcaico (Harper, 2014), o que faz deste género um resultado na contemporaneidade das sociedades globais. As gravações mencionadas, eram um contraste evidente do que diversas das produtoras e publicadoras procuravam para fins comerciais: música gravada em equipamento de ponta e com alta-fidelidade: “Se na paisagem *hi-fi* há alturas melódicas, amplitudes sonoras (variações do silencioso ao barulhento), distâncias, na *lo-fi* há o achatamento das alturas e das profundidades” (Conter, 2015: 8). Figuras influentes e vanguardistas do *lo-fi* incluem o grupo *Beach Boys*, Daniel Johnson, Beck David Hansen e o álbum *McCartney* do titular Paul McCartney. Atentemos ao facto de que,

Bandas passaram a produzir seus registros fonográficos em casa. Nestas gravações, ouve-se o chiado da fita excessivamente reutilizada, os *pops* dos microfones desprotegidos, estática, dinâmicas exageradas e distorções. Mas o que para a lógica *hi-fi* seria um problema técnico, na produção *lo-fi* isso logo se converte em uma estética, uma ética, uma política minoritária. E ele vai se vincular, desde o princípio, a artistas que estão à margem do *mainstream* (ainda que alguns pretendam fazer parte dele). (Conter, 2015: 3)

Aproveitando este contributo, podemos identificar o primeiro aspeto liminar, transitório e limítrofe da música *lo-fi*: a divisão entre a gravação musical e o lar do(s) artista(s) e o estar à margem da indústria *mainstream* sendo, se não totalmente amadora, não inteiramente profissional. Contudo, de acordo com Harper (2014) esta imperfeição contribuir para a popularização do género, uma vez que o mesmo começava a ser procurado devido às suas imperfeições na produção e na gravação, ou seja, o mesmo começava a ser um subterfúgio para músicos amadores que, assim, começavam a sua incursão musical, ainda que de uma forma não profissionalizada.

Foi também na década de 1980, contudo, que houve uma alteração valorativa em relação ao *lo-fi*. A natureza caseira e DIY do *lo-fi* e uma crescente nostalgia pelo equipamento analógico, passaram a destacar positivamente cada vez mais este género musical (Harper, 2014). Fazendo aqui um breve parêntesis, é de mencionar que esta questão da nostalgia será um aspeto importante adiante ao discutir o *vaporwave*. Mas, retomando a nossa abordagem, foi aqui que a identidade caseira, o equipamento básico e o som menos “sofisticado” se começaram a cristalizar; não eram vistos mais necessariamente como falhas na produção, mas sim escolhas deliberadas:

Se antes, há quarenta anos, tínhamos o modelo do ouvinte concentrado, que se fecha no quarto com seu objeto de desejo (o *Hi-Fi*) e deixa-se penetrar em profundidade na complexidade dinâmica das sonoridades e das complexidades harmônicas, agora temos o *flaneur*. Este vagueia por superfícies sonoras cujo instante decisivo é o instante qualquer: não há ápice de tensão dinâmica ou narrativa porque todos os elementos soam o tempo todo e a todo volume. (Conter, 2015: 5)

Avançando cronologicamente, para o começo do novo milênio, a *Internet* e o computador portátil tiveram um papel importante para a transmutação do panorama do *lo-fi*. Graças ao desenvolvimento tecnológico dos últimos 20 anos, artistas individuais, através dos seus computadores pessoais, são agora capazes de produzir faixas musicais e aplicar filtros distintos em músicas pré-existentes; muitas vezes, não precisam sequer de estúdios caseiros para gravar instrumentos, conseguindo fazê-lo através de instrumentos digitais. Vejamos que o manifesto de Stolley (s/a: s/p) é exemplificativo destas afirmações, especialmente quando ele refere que

lo-fi production technologies are stable and free: sometimes free as in beer; sometimes free as in speech; and sometimes, if not chosen only after careful research, free as in puppy. Equally as important, lo-fi technologies are modular and swappable, and can be combined or replaced as needed.

Ao mesmo tempo, esta qualidade caseira da música começou a fundir-se com o *lo-fi*: a música de “conforto”, “chillpop” e de “lounge” passou a ser produzida com o tratamento *lo-fi*, na medida em que a qualidade sonora não era de alta-fidelidade. O artista japonês Nujabes é uma das principais influências musicais para este novo gênero (Eschiletti, 2019). Deste modo, nos últimos anos, o *lo-fi* passou a englobar todo o *hip-pop* relaxante com uma atmosfera caseira, quando, na verdade, o *lo-fi* na sua gênese histórica aplicava-se estritamente a qualquer tipo de música que parecia ter sido gravada com equipamento fraco e amador. Na verdade, esta conotação do *lo-fi* aparenta ser a mais predominante no imaginário coletivo atual ou até mesmo um “filtro” audiovisual para músicas pré-existentes. Neste segundo cenário, *Videogame lo-fi* (Botelho & Martins, 2020) tem sido um sub-gênero musical com crescente popularidade (ver Figura 2).

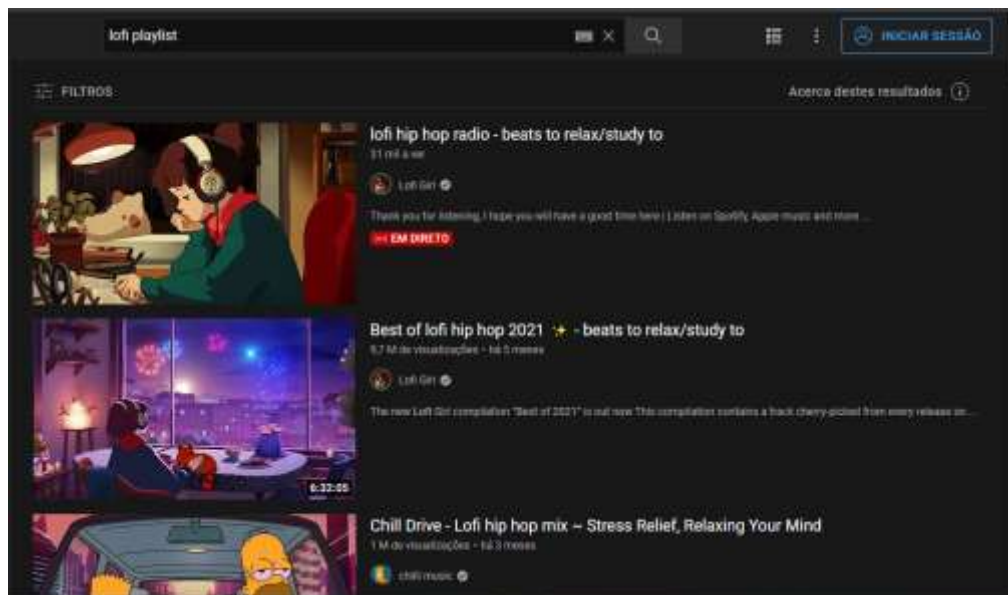


Figura 2: Pesquisa no YouTube, sem uma sessão iniciada, por playlists de *lo-fi*
Fonte: Rodrigo Serra Diogo.

Quase todos os vídeos e *streams*, diversos com vários milhões de visualizações, tocam música com o propósito de relaxar e/ou permitir os ouvintes trabalhar ao mesmo tempo, com imagens de cenários tranquilos. O primeiro resultado, o canal *Lo-Fi Girl*, tem mais de 10 milhões de subscritores e mais de 1.2 mil milhões de visualizações (Neal, 2022). A titular personagem do canal tem-se tornado, então, um ícone cultural do mundo digital, tendo sido referenciada por outras entidades, como a *Disney* e o ator Will Smith. Contudo, esta reconfiguração simbólica - a do *lo-fi* como um género musical DIY e resistente ao *mainstream* para a entrada no *mainstream* através do *Lo-Fi chill* e caseiro - não deixa de ser importante. Como qualquer outro contexto artístico, as cenas musicais são sujeitas a transformações, apropriações e alterações nos seus significados quase constantemente. O facto de ter sido criada uma imagem estética específica, uma de um relaxe caseiro associado ao *lo-fi*, é um dado sociológico relevante. Aqui, podemos introduzir a noção de *mythscape* (Bennett, 2016) e como a mesma nos auxilia a compreender este fenómeno:

Imagens e informações descontextualizadas são recontextualizadas pelo público em novas formas de pensar e de imaginar lugares - o resultado disso é uma paisagem de mitos. A paisagem de mitos, por sua vez, começa a assumir uma vida própria - histórias, discussões e anedotas (...) como uma paisagem mítica. (Bennett, 2002: 89)

A cena musical do *lo-fi*, efetivamente, ao longo do tempo, tem sido associado a estúdios caseiros, sendo essa uma das suas heranças culturais. Mais tarde, como já foi referido anteriormente, seria o estúdio caseiro para o escritório e o quarto através do computador. Ao interpretar este facto da sua produção como uma qualidade emocional, o caseiro no sentido do conforto, da nostalgia, do familiar, do relaxe e do local onde se estuda (Kattari, 2014), torna-se mais fácil compreender esta mudança

da narrativa, o que, por sua vez, explica também a crescente popularidade do *lo-fi* durante a pandemia COVID-19. Os instrumentos em si, a sonoridade, também, seriam alvo de uma reconfiguração simbólica: se o som, no *lo-fi* histórico, era de baixa fidelidade e amadoramente gravado por causa da falta de um estúdio e equipamento profissional, o *lo-fi* moderno vai criar uma segunda nostalgia pelo passado (Born & Haworth, 2018): uma retrospectiva potencializada pela era digital e da *Internet*, onde a tecnologia analógica é um verdadeiro artefacto das memórias dos ouvintes e imortalizada através desta nova cena musical.

O “filtro” e a estética *lo-fi* (Nowak & Whelan, 2018) continua a ser uma escolha deliberada, facto, mas não tem de ser reconhecido mais como exclusivamente resistência ao *mainstream*, sendo este também uma celebração informal de um passado, imaginado ou real: um portal onde o ouvinte não se desloca do seu espaço físico enquanto ouve algo que é um produto, apesar de toda a sua herança, apenas possível num contexto verdadeiramente contemporâneo. Esta dicotomia da natureza simultaneamente nostálgica e moderna do *lo-fi* é outra característica da qualidade liminar do género. Esta reinterpretação simbólica cruza-se com as influências mais modernas do *lo-fi* como o artista japonês *Nujabes*, mas também o *City Pop* japonês como um todo, *animes* dos anos 80 e 90, *cartoons*, videojogos antigos, entre outros. Note-se que alguns aspetos são partilhados com o *vaporwave*, apesar de possuírem significados distintos (Arruda, 2016).

2.1. O (complexo) significado do *vaporwave*

O género musical que talvez melhor expresse esse estágio de vaporização leva tal qualidade em seu próprio nome, o *vaporwave*. (Conter, 2017: 4)

O *vaporwave*, neste contexto, poder-se-ia interpretar como um “caminho alternativo” do que o *lo-fi* moderno poderia ter sido ou uma nova criação por si só. Ao passo que o primeiro pode ser visto como uma contemplação do passado e da sua tecnologia, o *vaporwave* seria, então, uma verdadeira paródia esotérica do mesmo:

Esse tipo de pensamento é ainda mais potente em géneros que surgiram recentemente na web, como o *vaporwave13*, que leva a cultura do remix, do *cyberpunk*, a ironia e a zoeira às últimas consequências. E mais do que isso, parecem condensar todos os elementos da lógica da superfície anteriormente mencionados: a memória da música é revisitada e sobreposta em camadas, sem avaliação crítica séria: os andamentos dos *samples* sobrepostos desandam entre si, quebrando não só o ritmo mas também a perspectiva histórica, pois na lógica do *vaporwave*, eles não são sobrepostos para criar um terceiro sentido, como acontece em um filme de Eisenstein, e sim para criar o não-sentido, similar ao dadaísmo (cf. MELLO; ARRUDA, 2015). (Conter, 2015: 6)

Indo ao encontro do contributo do autor, o *vaporwave* é uma contracultura que se apresenta, inicialmente, como autorreferencial, sarcástica e dependente de uma compreensão prévia profunda do ouvinte (ou expectador); nesta ótica, a questão do

mythscape (Bennett, 2016) torna-se ainda mais pertinente ao analisar este género do que era com o *lo-fi*. Antes de procedermos mais nesta linha de pensamento, contudo, iniciemos a discussão do *vaporwave* pelo que este significa a um nível mais basilar. As origens do *vaporwave* remontam, aquando da realização deste artigo, há sensivelmente dez anos, no começo da década 2010. O *vaporwave* rege-se por uma estética (ver Figura 3) (tipicamente soletrada **A E S T H E T I C S**) (Cole, 2020) que é inseparável da sua arte visual (e vice-versa); as músicas, no caso, são compostas por faixas que eram utilizadas para fins comerciais, publicitários ou de ambiente dos anos 80 e 90⁴¹, que são, posteriormente, altamente processadas para se tornarem repetitivas, reverberadas e desaceleradas: o produto final é quase irreconhecível do original (Glitsos, 2018).



Figura 1 Reupload do YouTube da música "リサフランク420 / 現代のコンピュー" (Lisa Frank 420 / Modern Computing).

Figura 3: Reupload do YouTube da música "リサフランク420 / 現代のコンピュー" (Lisa Frank 420 / Modern Computing)

Fonte: YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=aQkPcPqTq4M>.

Na Figura 3, vemos representada uma faixa da artista Vektroid, também conhecida como *Macintosh Plus*. A música original utilizada é a "It's Your Move" de Diana Ross, lançada em 1984. O nono álbum de Vektroid, *Floral Shoppe*, lançado em 2011, é das músicas mais populares do *vaporwave* e é considerado um exemplo clássico e

⁴¹ Estas músicas são frequentemente associadas a música de elevador, lounge, centros comerciais, anúncios de televisão, etc.

definitivo do gênero. As grelhas em xadrez, o texto japonês, as estátuas greco-romanas, as cores pastel e elementos tecnológicos dos anos 90 são todas componentes estéticas do *vaporwave* (Harper, 2012, 2014).

Retomando a noção do *mythscape* e a interdependência entre a música do *vaporwave* e a sua direção artística cultural, o subcontexto e a grelha simbólica criada em torno deste gênero são pertinentes para a sua análise. A proposição inicial é a seguinte: o *vaporwave* é uma paródia moderna de como o futuro tecnológico foi percebido nos anos 80 e 90; são memórias fabricadas e retroativas de um futuro que já se encontra firmemente no passado (Schembri & Tichbon, 2017). A estética do *vaporwave* está subjacente a uma interpretação parodiada e satirizada destas décadas: a cultura popular na altura contemporânea, assim como otimismo pela tecnologia, a *Internet* e a cultura do consumo, daí a utilização de *samples* de música de *lounge*, genéricos e publicidade. Deste modo, o “intervalo de tempo” referenciado no *vaporwave* é algures entre os meados dos anos 80 até a Bolha da *Internet* que terminou em 2000. O nome *vaporwave* origina num termo comercial pré-existente: *vaporwave* refere-se a *software* anunciado para fins comerciais, mas que nunca chega a ser oficialmente publicado/posto à venda.

O *vaporwave*, em síntese, trata-se de uma manifestação artística que baseia-se no rearranjo do arquivo audiovisual e sonoro da era da web 1.0, durante a década de 1990 – com todas as suas promessas futurísticas, gráficos assépticos, sons de operacionalização de sistemas operacionais como Windows 95 etc. – sendo colocados em justaposição com imagens visuais e sonoras relacionadas simbolicamente ao capitalismo financeiro dos anos 1980 – comerciais de TV de multinacionais; (...) Tudo isso, em geral, com velocidade reduzida, remetendo a subgêneros da música eletrônica como o *chillwave*. (...) gráficos que simulam efeitos vetoriais e 3D das décadas de 1980 e 1990; tons e temas pasteis, náuticos e tropicais; esculturas greco-romanas do período clássico; e arte pop japonesa (anime, mangá, videogames 8 e 16 bits...). (Conter, 2017: 6-7)

Indo ao encontro destas raízes semânticas, o *vaporwave* incorpora o panorama visual da *Internet* no virar do milénio, modelos 3D primitivos, *anime* dessa época e alguma estética do *cyberpunk*. Várias *artworks* do *vaporwave* lembram *Synthwave*: ambas utilizam o pôr do Sol estilizado, palmeiras, vetores e grelhas 3D (Tanner, 2016). O *Synthwave*, contudo, costuma apelar mais a uma ambientação noturna, marcadamente citadina, energética e com carros ou estradas (Marlini, 2022). No entanto, são direções artísticas com algumas aproximações, podendo servir como portas de entrada para os ouvintes de um gênero para o outro. Devido à influência do Japão no mercado tecnológico como um todo nos anos 80 e 90, as influências nipónicas (McLeod, 2018) são ainda mais proeminentes no *vaporwave*; na verdade, a popularidade crescente deste gênero despertou um renovado interesse pelo *City Pop* e a música japonesa dos anos 80 em geral (Koc, 2017).

No que diz respeito ao modo como a música é produzida, o ADN do *vaporwave* não é drasticamente diferente do *lo-fi* moderno. Aliás, um dos termos usados para descrever algumas músicas do género é, exatamente, “Late Nite lo-fi”. De acordo com Conter (2017), o *vaporwave* pode ser visto como um género musical que surge a partir do esforço de produtores independentes e amadoras, cujas intenções não eram as de obter lucro económico e financeiro. Assim, a sua produção pauta-se pelo uso dos seus próprios computadores e, nesse sentido, o produto final que é por eles criado e produzido materializa-se numa baixa definição sonora, quando comparado com outros géneros de pendor mais comercial (Ottum, 2019).

As duas pistas mais importantes para compreender a intenção e o significado do *vaporwave* encontram-se nesta citação: a primeira está no seu próprio nome – o conceito de “vaporização” – e a segunda está no material utilizado para criar a música – música sem autoria encontrada em bases de dados na *Internet*. Apesar destas influências para o *vaporwave* parecerem, à primeira vista, incongruentes, há temáticas que se convergem e lhe conferem significado: promessas do capitalismo tardio (Zhang, 2022) que foram quebradas, a volatilidade e a descartabilidade. O *vaporwave* não é uma forma de resistência literal; afinal, pois o panorama sociocultural a que alude já ocorreu. É, sim, uma contrarresposta cujo objetivo é evidenciar o “ridículo” da situação através da ridicularização extrema (Conter, 2017). Se parece que não tem sentido, é exatamente esse o propósito; ao discutir, com este trabalho, os sentidos do *vaporwave* entramos quase numa profecia que se cumpre sozinha, pois discutimos também aquilo que o género critica através da sua ambiguidade e ironia.

O facto de a música ser produzida deste modo, então, é outra forma de satirizar este panorama. Como tem sido referido, são utilizadas faixas comerciais e de ambiente: acompanhavam sempre a transição para qualquer outra atividade, nomeadamente, publicitar algo, esperar num local, sendo, assim, liminar ainda noutro sentido, e o autor era, de certo modo, irrelevante; daí ser como o vapor, de autoria intangível (Ye, 2022). São selecionadas faixas sem direitos autorais e, com o filtro audiovisual desta época, a música é transformada para possuir um novo significado (Whelan, 2020). Um significado que tenta ser o oposto exagerado da intenção original: uma subversão das expectativas onde o otimista, luxuoso e confortável torna-se satirizado, oco e até sonoramente alienígena:

Falando em “baixar”, o *vaporwave* agencia os sons reconfortantes do passado para reterritorializá-los em um terreno que será por eles assombrado. A resolução e a fidelidade desses sons são reduzidas e/ou deformadas, o que os aproximam do que estamos aqui compreendendo como lo-fi. (Conter, 2017: 10)

Estes artistas desconhecidos permanecem como tal, mas a sua vaporização e anonimato (Tanner, 2016) são tidos simbolicamente em consideração: de novo, ironicamente, por um género chamado **VAPOR**wave (ver Figura 4).

Apesar da disparidade que todos esses elementos parecem ter, é fácil perceber como cada uma dessas tendências que são atualizadas pelo vaporwave tem um ponto em comum: são expressões do capitalismo tardio, cuja principal característica manifesta no género é a descartabilidade. As peças musicais por ele sampleadas foram criadas não para serem percebidas conscientemente, mas para ambientar um espaço acústico, abafando ruídos indesejados e criando uma paisagem reconfortante, luxuosa e asséptica. Quando elas são remixadas pelo vaporwave, tais propósitos são ressignificados. (Conter, 2017: 7)



Figura 4: Artwork *vaporwave*

Fonte: <https://www.wallpaperflare.com/vaporwave-feel-de-w-a-v-e-artwork-digital-art-wallpaper-udjxa>.

O logótipo do *Windows 95*, uma estátua greco-romana, grelhas em xadrez e cores pastel, assim como outros elementos artísticos, estão todos presentes. O *vaporwave* é, assim, notável por possuir uma vertente surreal e, ao mesmo tempo, familiar devido à presença de heranças culturais que pertencem ao imaginário coletivo, mas que se encontram alteradas [disponível em:]

3. O *lo-fi* e o *vaporwave* enquanto cenas musicais

Neste momento, o objetivo é caracterizar estes géneros musicais enquanto cenas e, nesta perspetiva, aprofundar alguns destes parâmetros mais específicos, uma vez que o limite de páginas nos impede de aprofundar todas as características das cenas musicais em profundidade (Bennett & Peterson, 2004). A começar pelo que partilham em comum, aponta-se a espacialidade. No caso, este é um espaço digital, o ciberespaço da *Internet* através das plataformas do *YouTube*, *Reddit*, *4chan* e o *Spotify*. Ao passo que o *lo-fi* atual se popularizou no *YouTube*, o *vaporwave*, nos seus

primórdios, era ainda amorfo e destruturado; as músicas encontravam-se para *download* em sites como *Soundcloud* de graça e no site *Turntable.fm* foi onde os artistas se começaram a agrupar mais densamente. Isto para dizer que ambos os géneros se desenvolveram, indubitavelmente, graças ao circuito digital. Alguns artistas com elementos *lo-fi* nas suas músicas, como Joji, fazem sim espetáculos ao vivo (Barna, 2017), mas no *vaporwave* isto já não se verifica. Este aspeto do *online* será explorado melhor ainda neste artigo para ambas as categorias.

A regularidade é presente em ambas, se manifestada diferentemente. O *lo-fi* já se cristalizou no *mainstream* e a adesão é notável através dos milhões de visualizações em plataformas como o *YouTube* e canais como o já referido *lo-fi Girl*. O *vaporwave*, por outro lado, tem também várias visualizações e *playlists*, apesar de não ter uma representatividade e projeção tão grande como o *lo-fi*. Além disso, não há um canal no *YouTube*, por exemplo, dedicado ao *vaporwave* com tantos subscritores como o *lo-fi Girl*. No entanto, importa enfatizar que o *vaporwave* não se desassocia da direção artística visual e converge-se noutras plataformas, como o *Reddit* (ver Figura 5); a página *r/VaporwaveAesthetics*, criada no final de 2014, conta com mais de 400 mil membros, por exemplo⁴². Diariamente, os utilizadores partilham imagens, fotografias, *artworks* e outras formas de conteúdo audiovisual ligado ao género (Portilho, 2018). Outras redes sociais, como o *Instagram*, atraem também milhões de apreciadores, como a página *lofi_aesthetics*⁴³.

A questão da efemeridade é mais complexa. No caso do *lo-fi*, poder-se-ia dizer que é e não é, simultaneamente, efémero: por um lado, diversos sub-géneros dentro do *Lo-Fi* são criados com uma temática distinta (videojogos, *City Pop*, anime, estudo, etc.). Estes vão variando na sua popularidade, direção, projeção e adesão, podendo ser interpretados como efémeros na sua cristalização. Já o *lo-fi* em geral, no entanto, pertence ao *mainstream*, tendo um reconhecimento e ímpeto autónomos.

O *vaporwave* usufrui, igualmente, de um espaço irrevocável na cultura digital, mas há alguns anos este panorama não era tão certo. Devido à sua complexidade simbólica e artística, o *vaporwave* era visto como um género difícil para entrar e compreender, o que terá contribuído para seu lento reconhecimento. Na verdade, como foi aludido anteriormente, o *vaporwave* era também percecionado como uma possível variação do *Lo-Fi*:

Devido a sua particular forma de reterritorializar imagens do passado midiático desgastadas, obsoletas, “empoeiradas”, ele se apresenta como uma máquina menor, uma linha de variação contínua do *lo-fi*, efetuando desterritorializações dos contratos institucionalizados na esfera semiótica da cultura pop ao incorporar, no processo composicional e na fruição musical, visual e audiovisual, imagens que antes pertenciam a esferas

⁴² Disponível em: <https://www.reddit.com/r/VaporwaveAesthetics/>

⁴³ Disponível em: https://www.instagram.com/lofi_aesthetics/

corporativas (logomarcas de empresas de televisão e distribuidores de fitas VHS, por exemplo) e de publicidade. (Conter, 2017: 9)

Mesmo reconhecendo o *vaporwave* como um género intrínseco e autónomo, no entanto, são diversas as suas ramificações: *Mallsoft*, *Future Funk*, o próprio *Late-Nite Lo-Fi*, *Vaportrap*, entre outros, surgem e desvanecem consoante a sua popularidade, indo ao encontro, de facto, da noção da efemeridade. Tanto para o *Lo-Fi* como para o *vaporwave*, os seus “núcleos” centrais e estruturais não são efémeros ou voláteis, mas as suas derivações fazem-se e refazem-se regularmente.

A coletivização articula-se um pouco com a regularidade. Com a regularidade, discute-se a frequência do envolvimento e da participação; com a coletivização, discute-se a intensidade e a rede de relações. No caso das *streams* em tempo real, o *lo-fi* tem um número maior de pessoas; tipicamente, algumas dezenas de milhares de utilizadores a ouvirem. O *vaporwave* não costuma ter tantas *streams* e quando ocorrem há uma adesão menor. No entanto, os indivíduos continuam a convergir-se nos comentários das *playlists* e nas páginas das redes sociais dedicadas, onde discutem as suas opiniões, pensamentos e emoções. Esta questão da emocionalidade destes dois géneros será aprofundada de seguida.

A teatralidade é especialmente forte no *vaporwave*. É um género musical pautado pela ironia, subversão, referências obscuras, coordenadas do espaço-tempo específicas e mensagens implícitas mais do que explícitas, tanto na música como na componente visual (Matts et al., 2015). Deste modo, mesmo que a atenção que receba seja, por vezes, uma confusa e ambígua, o *vaporwave* procura esse desconforto, esse choque e essa estranheza para ser falado e discutido. Mais do que provocador e exibicionista, o *vaporwave* causa a curiosidade e a reticência ao exteriorizar-se. No *Lo-Fi*, a teatralidade passa mais pela atmosfera artística e ambientação distinta através dos efeitos marcadamente nostálgicos e intrínsecos ao passado, apesar de não serem manuseados com a qualidade surreal e de choque que encontramos no *vaporwave*.

A transgressão aplica-se, uma vez mais, ao *vaporwave*. Sendo um estilo distinto de todos os outros, pelo aparentemente bizarro e peculiar, destaca-se dos restantes da cena *mainstream*. Na verdade, o *vaporwave* rege-se por linguagens, termos e significados que são quase exclusivos ao próprio e, deste modo, são convivências que pertencem apenas ao *vaporwave* e dificilmente a mais alguma cena. O *vaporwave*, igualmente, suscita um comentário e diálogo sociocultural único, enquanto uma crítica satírica ao capitalismo tardio e à sociedade de consumo, podendo ser visto como transgressor neste requisito. O *lo-fi*, por outro lado, não procura diferenciar-se do quotidiano nem mesmo criticá-lo, mas acompanhá-lo contemplativamente, à sua maneira artística e promover momentos de lembrança nostálgica; afastando-se do quotidiano “presente” e indo para o passado.

Por fim, temos a inter-relação; no caso, a inter-relação com outros meios culturais e artísticos, característica esta que é prevalente em ambos. A começar pelo *Lo-Fi*, há todo um imaginário artístico onde os ambientes retratados são pacíficos, relaxantes e familiares, tipicamente com artefactos e elementos culturais do passado. O *vaporwave* prolifera, exatamente, nesta inter-relação: toda a sua estética é predicada na fusão entre gráficos e visuais tecnológicos de há mais de 20 anos e na distorção sonora das suas músicas (Glitsos, 2018). Na verdade, é não só possível, mas como também comum produzir arte *vaporwave* sem sequer fazer qualquer música, algo mais residual no *lo-fi*.

A comercialização e mercantilização destes géneros não revelam dinâmicas particularmente diferentes das demais cenas *online*. Ambos os géneros têm as suas músicas com acesso tipicamente gratuito em plataformas públicas e as comunidades *online* não operam sob subscrição paga ou qualquer tipo de plano de pagamento. Alguns canais e artistas vendem mercadoria como posters ou, no caso da artista Vektroid, álbuns que podem ser comprados digitalmente ou fisicamente. Contudo, estas dinâmicas não são drasticamente diferentes de outras cenas musicais.

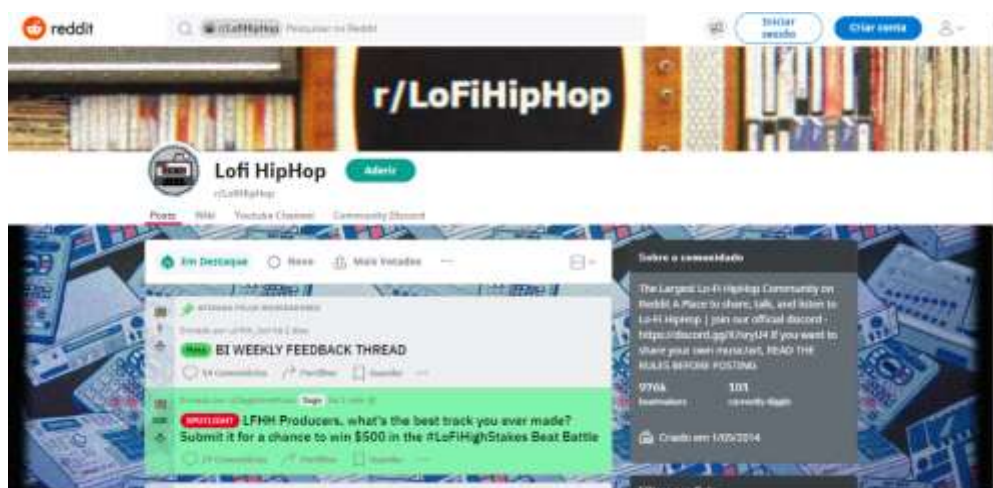


Figura 5: SubReddit r/LoFiHipHop, criado em 2014 e com quase 1 milhão de membros
Fonte: <https://www.reddit.com/r/LoFiHipHop/>.

4. As emoções despertadas nestes géneros musicais

Com este último ponto analítico, a intenção é focar nas emoções e nos sentimentos que os ouvintes sentem ao experienciarem cada um destes géneros (Morrisey, 2021). Apesar das suas parecenças em vários parâmetros, a esfera emocional associada a cada um é, de facto, diferente, e, com este capítulo, procura-se esclarecer e explicar esta dissimilitude. Para tal, foram analisados os comentários de algumas das *playlists* mais populares dentro destes géneros: no caso, cinco vídeos para o *lo-fi* e outros cinco para o *vaporwave*. Em cada vídeo, foram lidos os primeiros 20 comentários, para um total de 200 comentários. Para os comentários, foram criadas as seguintes designações categoriais: apoio, onde o utilizador expressa-se positivamente em relação à obra do artista, à comunidade ou ao género em geral; história pessoal, que

se aplica àqueles que partilham algo individual ou até privado; emoção/sentimento, que, efetivamente, a pessoa comenta o que a música lhe faz sentir e, por fim, o comentário anedótico, onde incidem piadas, anedotas e frases engraçadas, tais como o 3 A.M Study Session - [lofi hip hop/chill beats]⁴⁴, Floating City Chill Lofi Beats⁴⁵ ou ainda Chill Drive – Lofi hip hop mix ~ Stress Relief, Relaxing Your Mind⁴⁶. Imediatamente, podemos ver que os próprios títulos são diferentes: o *lo-fi* apela ao relaxe, o *chill*, a uma melhor disposição ao ouvir; já o *vaporwave*, existe uma espécie de “entrada” num sítio, o ouvinte é lembrado de um verão e de um local que provavelmente não testemunhou, assim como representações do futuro que nunca chegaram a ocorrer.

Dos 100 comentários do *lo-fi*, o panorama é o seguinte: 45% são de apoio; 20% são histórias pessoais; 31% são sobre as emoções e os sentimentos que experienciam; 3% são anedóticos. Os de apoio consistem tendencialmente em elogios aos artistas audiovisuais e, igualmente, elogios à comunidade como um todo; vários comentários descrevem a comunidade *lo-fi* como positiva e das menos tóxicas na Internet. Em relação às histórias pessoais, estas costumam envolver utilizadores a terem maus dias, problemas de ansiedade ou stress e a maneira como a música *lo-fi* os tem ajudado. Em relação às emoções que sentem, a calma, o relaxe e o transporte para sítios diferentes ou imaginários são as mais predominantes.

Já os 100 comentários em relação ao *vaporwave*, verifica-se a seguinte figura: 23% são de apoio; 19% são histórias pessoais; 43% são sobre as emoções e os sentimentos que experienciam; 15% são anedóticos. Uma porção muito significativa dos comentários girava em torno da mesma noção: *vaporwave* invocava a sensação de memórias que a pessoa não tinha, um passado que não viveram, o som do que o futuro poderia ter sido para elas. Por outro lado, quase 20% envolvem histórias de pessoas que passaram por sítios que lembravam a estética *vaporwave*, tipicamente locais com atividade humana considerável, mas que se encontravam vazios ou por qualquer motivo inóspitos num dado momento.

No *vaporwave*, os comentários muitas vezes mencionavam estes locais como “Liminal Spaces” (ver Figura 6): espaços de transição, não-espaços onde não se encontra ninguém, mas que parece ter sido outrora ocupado; corredores com um fundo negro, piscinas, centros comerciais vazios, entre outros. O apoio dos ouvintes e, igualmente, os comentários anedóticos são também representados - bastante mais do que no *lo-fi* para os anedóticos-; estes últimos passavam por cenários idealizados onde a música podia tocar ou trocadilhos semânticos e temporais.

⁴⁴ Disponível em: [3 A.M Study Session](#)  - [lofi hip hop/chill beats] - YouTube

⁴⁵ Disponível em: [Floating City](#)  Chill Lofi Beats - YouTube

⁴⁶ Disponível em: [Chill Drive - Lofi hip hop mix ~ Stress Relief, Relaxing Your Mind](#) - YouTube

É de notar que a distribuição categorial dos comentários é mais ‘equilibrada’ no *vaporwave*, onde a amplitude máxima é menor; no *lo-fi*, só 3% eram anedóticos e 45% eram de apoio. No *vaporwave*, a maior percentagem incide nos sentimentos e emoções. A conclusão principal que podemos retirar é a de que no *lo-fi* a comunidade foca-se numa interação positiva, de interajuda digital e de celebração dos artistas e do género. Já o *vaporwave*, a invocação sentimental e emocional provocada pela estética audiovisual parece ser o fator de convergência maior, dado que os ouvintes e apreciadores parecem ter um certo fascínio por este espaço mental partilhado. Existe uma espécie de nostalgia pelo distante, por vivências alternativas que nunca se materializaram. Esta partilha mental e emocional não é invalidada por se basear em heranças do passado e memórias, muitas vezes, fictícias; pelo contrário, esta empatia entre os ouvintes está enraizada num contexto sociocultural muito verdadeiro que é agora explorado com a retrospectiva do presente. Presente este que, outrora, foi o futuro.

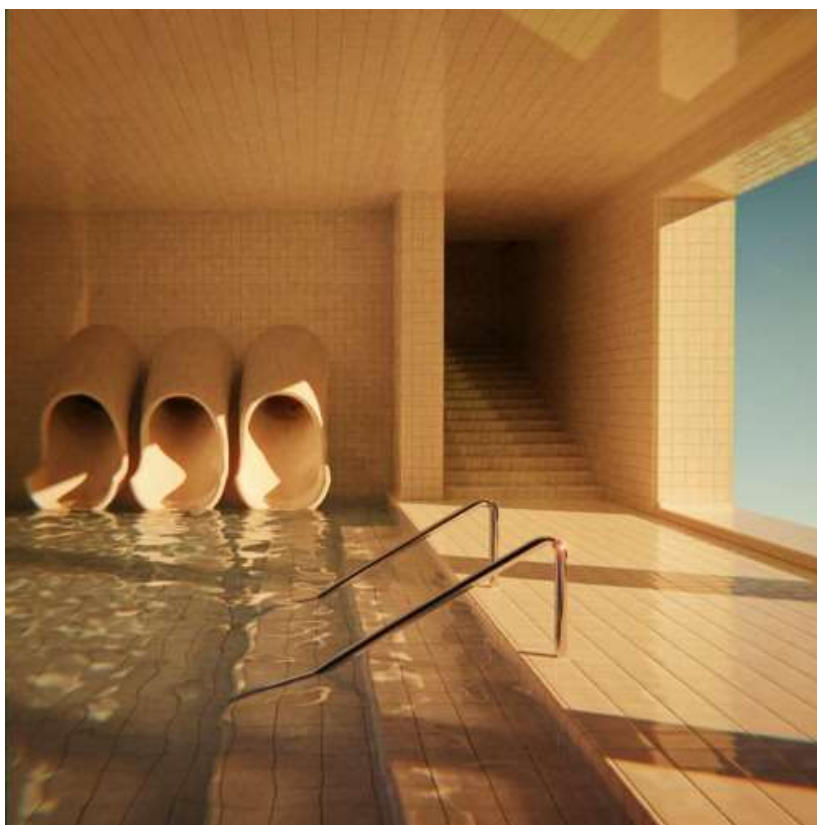


Figura 6: Exemplo de um espaço liminar, capa do álbum “Liminal Spaces” do artista SwiffSloth

Fonte: <https://soundcloud.com/user-273690247/sets/liminal-spaces>.

6. Conclusão

Com este texto, o objetivo era responder às questões colocadas no começo, de modo a caracterizar da maneira mais holística possível estas duas cenas musicais. Efetivamente, a intenção é que com os contributos teóricos, exposições temáticas e, igualmente, empíricas, as questões estejam respondidas e o *lo-fi* e o *vaporwave* sejam mais compreensíveis nas suas historicidades e dinâmicas.

Tanto um como o outro, apesar das suas qualidades singulares, são géneros musicais e artísticos que colocam os envolvidos em *mindsets* específicos: de um lado, o relaxe, a tranquilidade e o contemplar de um quotidiano atarefado através da nostalgia alegre pelo passado; do outro, a estranheza, a saudade por memórias fantasma e a descrição sarcástica de um futuro cujas promessas foram quebradas. São dois géneros com relevância sociológicas extraordinárias e exemplos fortes de como a *Internet* e a era digital vieram a alterar as inter-relações musicais e culturais como um todo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arruda, Mario (2016). Vaporwave: arqueologia do banco de dados digital. *Temática*, XII (12).
- Barna, Emília (2017). A Translocal Music Room of One's Own: Female Musicians within the Budapest Lo-Fi Music Scene. In Emília Barna & Tamás Tófalvy (eds.). *Made in Hungary. Studies on Popular Music* (pp. 32-45). New York: Routledge.
- Bennett, Andy (2018). Popular music scenes and aging bodies. *Journal of Aging Studies*, 45, 49-53.
- Bennett, Andy (2016). Music, media and urban mythscapes: a study of the 'Canterbury Sound'. *Media, Culture & Society*, 24 (1). <https://doi.org/10.1177/016344370202400105>
- Bennett, Andy (2002). Music, Media and Urban Mythscapes: A Study of the 'Canterbury Sound'. *Media, Culture & Society*. 24 (1), 88-100.
- Bennett, Andy & Peterson, Richard (eds.) (2004). *Music scenes: local, translocal and virtual*. Vanderbilt: University Press.
- Born, Georgina & Haworth, Christopher (2018). From microsound to vaporwave: internet-mediated musics, online methods, and genre. *Music & Letters*, 98 (4). www.academic.oup.com/ml
- Botelho, Teresa & Martins, Isabel Oliveira (2020). (Re)Thinking Earth: From Representations of Nature to Climate Change Fiction, 22-23 April 2020 in the National Library of Portugal, Lisbon. *Science Fiction Studies*, 47 (1), 156-157.
- Creswell, John W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks: Sage.
- Cole, Ross (2020). Vaporwave Aesthetics: Internet Nostalgia and the Utopian Impulse. *ASAP/Journal*, 5 (2), 297-326.
- Conter, Marcelo (2015). *A Máquina Abstrata Lo-Fi*. Comunicação apresentada no XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 4-9 de setembro, organizado por Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Rio de Janeiro.
- Conter, Marcelo (2017). *A vaporização da música*. Comunicação apresentada no 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 4-9 de setembro, organizado por Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Curitiba.
- Eschileti, Francisco da Costa (2019). *Música de quarto : lo-fi hip hop*. Tese de graduação, Instituto de Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Glitsos, Laura (2018). Laura. Vaporwave, or music optimised for abandoned malls. *Popular Music*, 37 (1), 100-118.
- Harper, Adam (2014). *Lo-Fi Aesthetics in Popular Music Discourse*. Thesis in Musicology, Wadham College, University of Oxford.
- Harper, Adam (2012). Comment: Vaporwave and the pop-art of the virtual plaza. *Dummy Mag*. Disponível em: <https://www.dummymag.com/news/adam-harper-vaporwave/>
- Kattari, Kim (2014). Identifying with the Rebel of the Past: An Ethnographic Exploration of Nostalgia in the Contemporary Rockabilly Scene in the United States. *Volume!*, 11 (1), 175-189.
- Koc, Alican (2017). Do You Want Vaporwave or Do You Want The Truth? Cognitive Mapping of Late Capitalist Affect in the Virtual Lifeworld of Vaporwave. *Capacious: Journal for Emerging Affect Inquiry*, 1 (1), 57-76.
- Kozinets, Robert V. (2015). *Netnography: Redefined*. Thousand Oaks: Sage.
- Matts, Tim; Sutherland, Dane & Tyles, Gary (2015). Nothing to see here? Health Goth and the eclipse of hypercamouflage. *Design Ecologies*, 4 (1-2), 12-26.
- McLeod, Ken (2018). Vaporwave: Politics, Protest, and Identity. *Journal of Popular Music Studies*, 30 (4), 123-142.

- Merlini, Mattia (2022). More 1980s than the 1980s: Functions and Connotations of Synthwave Soundtracks. Paper presented at the Musical Retrofuturism Symposium, august 2022, online.
- Morrissey, Nicholas (2021). Metamodernism and Vaporwave: A Study of Web 2.0 Aesthetic Culture. *Nota Breve. Canadian Undergraduate Journal of Musicology*, 14 (1), 64-82.
- Neal, Adam Scott (2022). *Lo-fi Today*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nowak, Raphaël & Whelan, Andrew (2018). "Vaporwave Is (Not) a Critique of Capitalism": Genre Work in An Online Music Scene. *Open Cultural Studies*, 2, 451-462.
- Ottum, Josh (2019). Compost Listening. Vaporwave and the Dissection of Record Production. In Russ Hepworth-Swayer; Jay Hodgson & Mark Marrington (eds.). *Producing Music* (pp.63-71). New York: Routledge.
- Portilho, Lucas Peluffo dos Santos (2018). *O Lo-Fi e a produção de signos em uma sociedade em rede*. Tese de conclusão de curso, São Borja, Universidade Federal do Pampa.
- Schembri, Sharon & Tichbon, Jac (2017). Digital consumers as cultural curators: the irony of Vaporwave. *Arts and the Market*, 7 (2), 191-212.
- Schilt, Kristen (2004). "Riot Grrrl Is...": The Contestation over Meaning in a Music Scene. In Andy Bennett & Richard Peterson (eds.). *Music scenes: local, translocal and virtual* (pp.115-130). Vanderbilt: University Press.
- Spencer, Amy (2008). *DIY: The Rise of Lo-Fi Culture*. London: Marion Boyars Publishers Ltd.
- Stolley, Karl (S/A). *The Lo-Fi Manifesto*. Consult. 23.12.2022. Disponível em: <https://kairos.technorhetoric.net/20.2/inventio/stolley/>
- Tanner, Grafton (2016). *Babbling corpse, vaporwave a commodification of ghosts*. Washington: Zero Books.
- Viljoen, Martina (2004). Ideology and textuality: speculating on the boundaries of music. *Sabinet. African Journals*, 9 (1). Disponível em: <https://hdl.handle.net/10520/EJC101005>
- Whelan, Andrew (2020). "Do You Have a Moment to Talk About Vaporwave?" Technology, Memory, and Critique in the Writing on an Online Music Scene. In *Pop Music, Culture and Identity* [Book Series] (pp.185-200). London: Springer.
- Ye, Chen (2022). *Design as Alternate Reality*. Master Thesis. Pratt Institute, School of Design.
- Zhang, Huizhi (2022). Vaporwave — Anti-Capitalism Internet Music. *Arts Studies and Criticism*, 3 (4), 304-309.

Rodrigo Serra Diogo. Licenciado em Sociologia pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto e mestrando em Sociologia na mesma instituição na área de especialização *Contextos, Práticas e Políticas Culturais*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Via Panorâmica Edgar Cardoso s / n, 4150-564 Porto, Portugal. Email: rodrigosserradiogo@gmail.com_ORCID: 0000-0003-1455-359X.

Receção: 10-07-2022

Aprovação: 02-12-2022

Citação:

Diogo, Rodrigo Serra (2022). Música liminar e memórias de um futuro passado: uma análise sociológica do lo-fi e vaporwave. *Todas as Artes: Revista Luso-Brasileira de Artes e Cultura*, 5(2), pp. 92-110. ISSN 2184-3805. DOI: 10.21747/21843805/tav5n2a5

REGISTOS DE PESQUISA



CORPO TRANSFORMADO

TRANSFORMED BODY

CORPS TRANSFORMÉ DU

CUERPO TRANSFORMADO

Jorge de Carvalho

KINO-DOC, Portugal

RESUMO: Jorge de Carvalho do KINO-DOC, núcleo de cinema de cursos de documentário presenciais e online, apresenta, neste registo, um programa de cinema intitulado "Corpo Transformado". Este programa é constituído por 40 filmes, na sua maioria exploratórios e de cariz documental, que dão a ver transformações do próprio corpo - humano ou de outros animais - e corpos transformados pelo cinema, vídeo e por imagens científicas utilizadas no domínio artístico. Este programa foi realizado na Casa Comum da Reitoria da Universidade do Porto em cinco sessões, nos dias 8, 9 e 10 de abril de 2022.

Palavras-chave: KINO-DOC; cinema exploratório e documental; corpo.

ABSTRACT: Jorge de Carvalho from KINO-DOC, a center for film and documentary courses in person and online, presents, in this register, a film program entitled "Transformed Body". This program consists of 40 films, mostly exploratory and documentary, which show transformations of the body itself - human or other animals - and bodies transformed by film, video and scientific images used in the artistic field. This program was held in the Casa Comum of the Reitoria of the University of Porto in five sessions, on April 8, 9 and 10, 2022.

Keywords: KINO-DOC; exploratory and documentary cinema; body.

RÉSUMÉ: Jorge de Carvalho de KINO-DOC, un centre de cinéma et de cours de documentaire en personne et en ligne, présente, dans ce registre, un programme de films intitulé "Corps transformé". Ce programme se compose de 40 films, pour la plupart de nature exploratoire et documentaire, qui montrent les transformations du corps lui-même - humain ou d'autres animaux - et les corps transformés par le cinéma, la vidéo et les images scientifiques utilisées dans le domaine artistique. Ce programme s'est déroulé dans la Casa Comum da Reitoria da Universidade do Porto en cinq sessions, les 8, 9 et 10 avril 2022.

Mots-clés: KINO-DOC; cinéma exploratoire et documentaire; corps.

RESUMEN: Jorge de Carvalho, de KINO-DOC, centro de cine y cursos de documentales presenciales y en línea, presenta, en este registro, un programa de cine titulado "Cuerpo transformado". Este programa consta de 40 películas, en su mayoría de carácter exploratorio y documental, que muestran transformaciones del propio cuerpo -humano o de otros animales- y cuerpos transformados por el cine, el vídeo y las imágenes científicas utilizadas en el ámbito artístico. Este programa se celebró en la Casa Comum da Reitoria da Universidade do Porto en cinco sesiones, los días 8, 9 y 10 de abril de 2022.

Palabras-clave: KINO-DOC; cine exploratorio y documental; cuerpo.

1. Introdução

O KINO-DOC, núcleo de cinema de cursos de documentário presenciais e online, apresentou mais um programa na Universidade do Porto. “Corpo Transformado” é constituído por 40 filmes, na sua maioria exploratórios e de cariz documental, que dão a ver transformações do próprio corpo – humano ou de outros animais – e corpos transformados pelo cinema, vídeo e por imagens científicas utilizadas no domínio artístico. Cinco sessões nos dias 8, 9 e 10 de abril de 2022. Pela brutalidade gráfica que contém, os filmes sinalizados com “*” são para maiores de 18 anos, e também devem ser evitados por espectadores mais sensíveis. Todas as sessões possuíam legendas em português.



Figura 1: Artwork do programa
Fonte: KINO-DOC.

2. O programa

Dia 8 de abril de 2022, sexta-feira, 21h30

POWERS OF TEN (1977, 9 min.), de Charles Eames, Ray Eames

ORGANISM (1975, 19 min.), de Hilary Harris

GUT (2017, 2 min.), de Maria Bartilotti Matos

THE GEOGRAPHY OF THE BODY (1943, 7 min.), de Willard Maas
LES AMOURS DE LA PIEUVRE (1967, 14 min.), de Jean Painlevé, Geneviève Hamon
MINUTE BODIES, THE INTIMATE WORLD OF F. PERCY SMITH (2016, 53 min.), de Stuart
A. Staples

LE SANG DES BÊTES* (1949, 22 min.), de Georges Franju
DEATH MILLS* (1945, 22 min.), de Billy Wilder, Hans Burger

Dia 9 de abril de 2022, sábado, 17h

RITUAL IN TRANSFIGURED TIME (1946, 14 min.), de Maya Deren
LES TAMBOURS D'AVANT (TOUROU ET BITTI) (1971, 9 min.), de Jean Rouch
EVASI (1964, 12 min.), de Franco Piavoli
RAJNEESH MOVEMENT, OREGON, USA (circa 1982, 2 min.), de autor anónimo
THE TROGGS, PALAIS DES SPORTS DE PARIS (1967, 6 min.), de autor anónimo
BREAKAWAY (1966, 5 min.), de Bruce Conner
PARA O OLHO DIREITO MAGOADO (1968, 12 min.), de Toshio Matsumoto
QUEENS AT HEART (circa 1967, 22 min.), de autor anónimo
THE QUEEN (1968, 1h06), de Frank Simon
LIVING INSIDE (1989, 5 min.), de Sadie Benning
IN MY LANGUAGE (2007, 8 min.), de Amanda Baggs

Dia 9 de abril de 2022, sábado, 21h30

LIVING IN A REVERSED WORLD (1958, 10 min.), de Theodor Wrismann, Ivo Kohler
CRIANÇA CEGA (1964, 25 min.), de Johan van der Keuken
A CASA É ESCURA* (1963, 21 min.), de Forough Farrokhzad
RE: AWAKENINGS (2013, 18 min.), de Bill Morrison
OH! UOMO* (2004, 1h08), de Yervant Gianikian, Angela Ricci Lucchi

Dia 10 de abril de 2022, domingo, 17h00

FUEGO EN CASTILLA (1960, 17 min.), de José Val del Omar
HORIZONTES COMIDOS (1950, 3 min.), de Wilhelm Freddie, Jørgen Roos
ELEPHANT (1988, 37 min.), de Alan Clarke
2 INTO 1 (1997, 4 min.), de Gillian Wearing
IDENTIFICATIONS: KEITH SONNIER (1970, 2 min.), de Keith Sonnier, Gerry Schum
TAKE OFF (1972, 8 min.), de Gunvor Nelson
OLYMPIAD (1971, 2 min.), de Lillian Schwartz, Ken Knowlton
DREAM WORK (2001, 10 min.), de Peter Tscherkassky
CUADECUC VAMPIR (1971, 1h09), de Pere Portabella

Dia 10 de abril de 2022, domingo, 21h30

VIDA (1993, 13 min.), de Artavazd Pelechian
DANIELLE (2013, 4 min.), de Anthony Cerniello
THANATOPSIS (1963, 5 min.), de Ed Emshwiller
THE ACT OF SEEING WITH ONE'S OWN EYES* (1971, 31 min.), de Stan Brakhage
FUNERAL OF DYLAN THOMAS (1953, 1 min.), da British Pathé

PASQUA IN SICILIA (1955, 7 min.), de Vittorio De Seta

FOREST OF BLISS (1985, 1h29), de Robert Gardner

3. Primeira sessão

A **1.ª SESSÃO** do programa iniciou-se com três filmes que recorrem à imagem científica, que transforma o corpo que vemos pelos nossos olhos, sem tecnologia, num outro corpo. Um corpo imagético, apenas visível tecnologicamente. Seguiu-se a geografia do corpo ilustrada num antigo filme em sucessivos planos de pormenor, e outros três documentários com corpos transformados de animais. Finalizando a sessão fazemos “raccord” entre filmes, passando de matadouros a campos de extermínio do Holocausto.

POWERS OF TEN, dos designers pioneiros Charles e Ray Eames, é um documentário didáctico feito para a IBM, que dá conta do tamanho relativo das coisas no universo. É também uma viagem em dois sentidos. Primeiro o sentido é macrocósmico. Vai de um casal num piquenique em Chicago a distantes corpos celestes, num impossível “zoom out” que passa a “zoom in”, regressando ao casal do piquenique. Entra-se a partir daí no segundo sentido da viagem, que é microcósmico. Uma imersão no interior do corpo humano. Um corpo transformado pela imagem, não alcançável pela percepção humana, que traduz o conhecimento científico de estruturas ínfimas. Revelando-se este corpo imagético tão secreto e distante como a arquitectura do universo. Dizia o casal Eames a propósito do filme que “Nos últimos 50 anos, o mundo gradualmente tem descoberto algo que os arquitectos sempre souberam, isto é, tudo é arquitectura.”

ORGANISM coloca o interior do corpo humano e seus micro-organismos, captados em imagens médicas, num dueto com o macro-organismo de uma grande cidade. Outra forma de abordar a analogia microcosmo-macrocosmo, em consonância com antigos filósofos que postulavam uma semelhança estrutural entre ser humano e cosmos. O humano, e o seu corpo, como reflexo do universo e vice-versa. Aqui o universo não é o da natureza e dos astros, mas a arquitectura e a “vida” da própria criação humana macrocósmica, a metrópole moderna. O corpo reflecte o universo; o universo, o corpo. O corpo reflecte a cidade; a cidade, o corpo. Uma dialéctica bem presente na montagem eisensteiniana de “Organism”, como que procurando no paralelo musical corpo-cidade uma proporção áurea, essa mística metafísica das formas que também encantava o mestre soviético. Como a curta-metragem dos Eames, este filme de Hilary Harris foi visualmente inovador e teve um forte impacto à época, em grande medida pela utilização original do “time-lapse”, tão replicado no mais famoso “Koyaanisqatsi” e seus avatares.

GUT é uma produção do KINO-DOC e o resultado dos estudos que juntam dança, medicina e cinema de Maria Bartilotti Matos. Um tríptico videográfico que relaciona

imagens e sons de um corpo intestino com uma dança aquática. Dois mundos líquidos que se contrastam e assemelham. Dois registos da anatomia humana: o corpo em movimento, como é apreendido directamente pela visão humana, e os movimentos do interior do corpo captados por ultrassons. Um corpo concreto e, o outro, um corpo transformado pela tecnologia médica da imagiologia.

THE GEOGRAPHY OF THE BODY tem por epígrafe uma frase em grego de Aristófanes, retirada d'“O Banquete” de Platão: “Ao desejo e à procura do todo dá-se o nome de amor”. A mesma é repetida no final do filme por George Barker, poeta de voz fleumática que escutamos em “off”, de fio a pavio, dizendo um texto surrealista escrito pelo próprio. Acompanhando a literatura sucedem-se imagens de corpos de um homem e de uma mulher filmados em planos de pormenor, alguns bastante fechados (em olhos, orelha, umbigo, língua, seios...), que transformam o corpo num lugar vasto e rico em muitas paisagens diferentes. Toda uma geografia do corpo (expressão hoje tão batida).

A citação de Aristófanes é actuante. Parece fazer ecoar, nas palavras oraculares de Barker, a fina ironia do comediógrafo grego. Por outro lado, invoca a sua concepção do amor, exposta n'“O Banquete”, como uma busca por uma unidade primitiva no outro, que aqui faz rima perfeita com as mãos dadas dos amantes, que vemos perto do fim deste filme de Willard Maas.

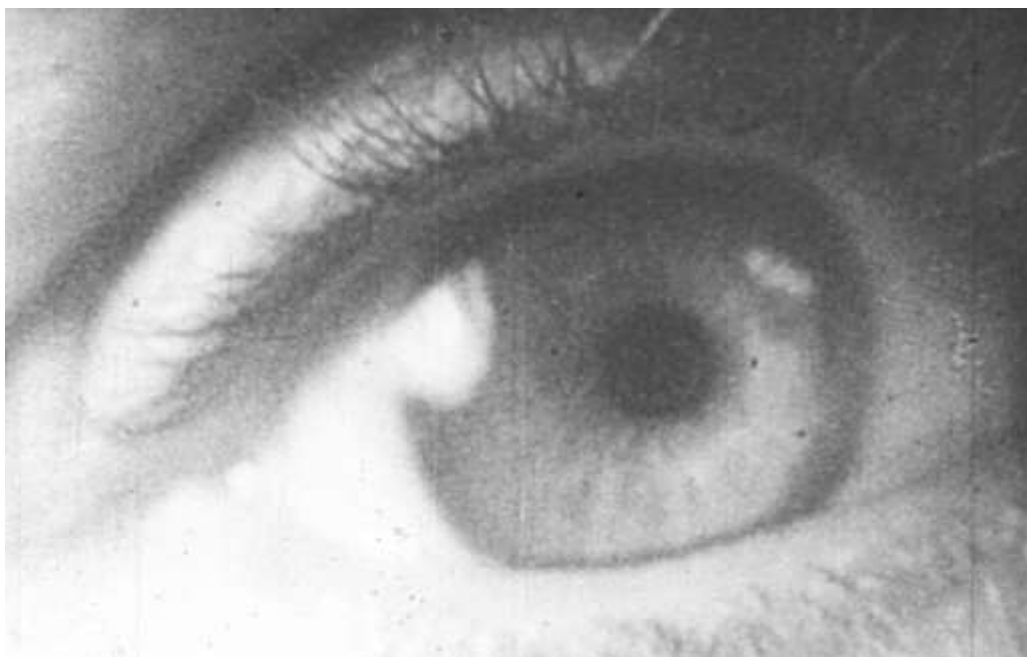


Figura 2: Frame de “The Geography of the Body”

Fonte: IMDb.

LES AMOURS DE LA PIEUVRE é um exemplo do surrealismo zoológico da obra de Jean Painlevé, co-realizado por Geneviève Hamon, sua companheira. No extenso bestiário da filmografia painleviana, o polvo tem um lugar especial. Foi, aliás, o

fascínio por este cefalópode que levou o autor a estudar a vida animal. O filme apresenta-nos a “vida amorosa” dos polvos. Regista os seus movimentos lúbricos, as metamorfoses corporais do acto sexual e da gestação na perspectiva do cinema mágico de Painlevé, que fazia a apologia da “superioridade da realidade” e tinha por pilares a ciência, a gravação da “extraordinária inventividade da Natureza” (palavras suas) e a procura de uma plasticidade forte. As filmagens dos polvos românticos desta curta documental são acompanhadas por um comentário pedagógico e pela música alienígena de Pierre Henry, vanguardista da “*musique concrète*”, que incluiu a sonoridade dos movimentos aquáticos destes animais tentaculares no processo de composição da banda sonora.

MINUTE BODIES, THE INTIMATE WORLD OF F. PERCY SMITH, de Stuart A. Staples, é uma obra de “*found footage*” a partir dos filmes científicos de F. Percy Smith (1880-1945), um cineasta visionário autodidata, precursor do micro-cinema, cujo trabalho se iniciou ainda na primeira década do século XX. Os “*minute bodies*”, que compõem o maravilhoso “*mundo íntimo*” de Smith, são pequenos animais, plantas, células e microrganismos. A notável dimensão estética do microcosmo que nos é revelado, tantas vezes no limite da abstracção, tem a sua riqueza poética valorizada pela envolvente música contemplativa e hipnótica dos *Tindersticks*, banda de Staples, mais habituada ao cinema de Claire Denis, que se escuta ao longo de toda a película.

LE SANG DES BÊTES foi a arrojada primeira obra cinematográfica de Georges Franju. Filmada no pós-2.^a Guerra Mundial, é um retrato documental cru dos matadouros da época, cuja brutalidade abala cabeças e estômagos de espectadores, que nunca esquecerão o que aqui veem. A narração que se escuta, escrita pelo animalista Jean Painlevé, tem duas vozes opostas. Uma feminina, doce e delicada que contribui para o tom de normalidade do início do filme (a música, as paisagens, crianças brincando, namorados beijando-se...), comentando os subúrbios parisienses, e que fica à porta dos matadouros até perto do final. E uma outra, uma voz-off masculina, que habita nos açougues, despida de sentimento (“*sem raiva e sem ódio*”, como no poema de Baudelaire dito no filme), que apresenta as ferramentas da matança, nomeia os carniceiros, filmados como pessoas que executam o seu trabalho como outro qualquer, e descreve minuciosamente os procedimentos da carnificina, enquanto se desmantelam carcaças e o sangue jorra. “*Le sang des bêtes*” mantém intacta a sua força visceral. Os igualmente históricos documentários posteriores “*Le cochon*” (1970), de Jean Eustache e Jean-Michel Barjol, sobre a matança artesanal do porco, e “*Meat*” (1976), de Frederick Wiseman, que cobre todo o processo industrial da carne animal, apesar da crueza do seu realismo não nos afetam da mesma maneira. Quando estreou em 1949 foram copiosas as comparações com os campos de extermínio nazis, tão na boca do mundo por esses tempos em que as evidências da maldade e do aniquilamento em massa de seres humanos diziam que as bestas somos nós. E é com um duro documentário sobre esse outro tema, que finalizamos esta sessão.

DEATH MILLS é uma obra muito pouco conhecida de Billy Wilder, e singularíssima no conjunto da sua obra. Foi o seu único filme documental e uma produção do Departamento de Guerra dos EUA, corealizada com Hans Burger. “Die Todesmühlen”, seu título original em alemão, dá conta da dimensão monstruosa da indústria de extermínio nazi, incluindo a sua vertente economicista. Foi o primeiro documentário sobre o Holocausto, exibido logo no fim da guerra pelos Aliados, num esforço de consciencialização e doutrinação, às populações alemãs e austríacas – um reflexo ampliado da passagem do filme que mostra habitantes de Weimar a observarem os corpos transformados das vítimas das “fábricas da morte” que lhes eram vizinhas. Para Billy Wilder trabalhar no projecto, olhando de frente o horror de toda esta monstruosidade, foi também uma questão muito pessoal. Como os órfãos de Auschwitz que se vêem em “Death Mills”, também ele era judeu e perdera a família nesse mesmo campo. Ao contrário da maioria dos documentários produzidos pelo governo dos EUA no pós-guerra, o tom da narração é acusatório. “Nenhum pesadelo jamais assombrou aqueles que viviam perto dos campos de concentração. Os gritos e lamentos dos torturados certamente eram considerados ruído do vento.”, diz-se com o tão característico cinismo do autor de “Sunset Boulevard”. Ainda assim a anos-luz em matérias de cinismo da infame “arbeit macht frei” (“o trabalho liberta”), expressão inscrita na entrada de vários campos, também vislumbrada no filme.

4. Segunda sessão

A 2.^a **SESSÃO** juntou diferentes filmes que registam a liberdade corporal em mulheres e homens, tantas vezes com uma câmara também livre. Depois do “olho direito magoado” de Matsumoto, essa liberdade chega ao universo “queer”, tão dado a transformações do corpo. Nos dois derradeiros filmes da sessão, a liberdade já é a dos corpos não-binários de Sadie Benning e Amanda Baggs.

RITUAL IN TRANSFIGURED TIME é uma obra onírica e secreta, em que o tempo é transfigurado, como em muitas películas de Maya Deren, pela montagem e pelo ilusionismo dos efeitos da pós-produção. Mas aqui há corpos que também se transfiguram. Uma mulher (Rita Christiani, bailarina originária de Trinidad e Tobago) encontra-se com outra mulher (Maya Deren). A primeira enrola o fio da segunda. Será um fio de Ariadne? Sempre sob o olhar sibilino de uma terceira mulher (a lendária Anais Nin), Maya desaparece magicamente e Rita entra num labirinto sem retorno. Numa festa, em que se dança, encontra um homem e com ele é transportada para o que pode ser um templo greco-romano. O homem, sempre dançando, transforma-se numa escultura, que nos lembra a estatuária clássica. E Rita transforma-se em Maya num revelador “match cut”. As duas são a mesma mulher. E essa mulher foge do homem. Por fim, o seu rosto é o de Rita, desvelado num plano a negativo. A versão que exibimos contraria a vontade da realizadora do filme ser mudo. Foi sonorizada com a música que Nikos Kokolakis escreveu este século para a obra, que, acreditamos, amplia magnificamente a sua profundidade.

LES TAMBOURS D'AVANT (TOUROU ET BITTI), de Jean Rouch, é o produto experienciado de um ritual de possessão filmado em plano-sequência. A partir dele Rouch definiu o que chamou Ciné- Transe. Antes dele já Maya Deren o havia vivido e filmado. Continuemos com ela. Após “Ritual in Transfigured Time”, Deren embarcou para o Haiti na demanda de novas emoções e de um cinema documental de base etnográfica que captasse os rituais vudu e suas danças. Cerimónias em que possessos, sem consciência, movimentam-se em potência. Como “corpos sem órgãos”, expressão de Antonin Artaud, conceptualizada mais tarde por Deleuze. Deren defendia o cinema amador, que se opunha a Hollywood. Um cinema livre que não almeja a bilheteira, cuja câmara não se fixa no tripé e se converte, ao ombro do cineasta, numa extensão do seu corpo. Torna-se o próprio corpo o equipamento para lá da câmara. Esta aventura haitiana seguiu esse desígnio, como outros filmes desta sessão. Mas nela juntou-se um elemento novo ao equipamento, que anunciava o futuro do documentário. Em 1947, ano do início da rodagem, para além de filmar à mão com a sua Bolex, a autora captou som de campo com um gravador de fio, alimentado engenhosamente pela bateria de um automóvel.

A rodagem durou até 1954, e Deren viveu a filmagem no seu corpo. Dançou com possessos, e da etnografia do transe do vudu passou à experiência do próprio transe. Infelizmente os brutos deste projecto só foram montados depois da sua morte por Teiji Ito e Cherele Winett Ito, o viúvo de Deren e a mulher deste. O resultado, “Divine Horsemen: the Living Gods of Haiti” (1977), ficou muito aquém da noção de verticalidade poética da autora (tão rica nas suas obras), para quem o desenvolvimento de um filme faz-se narrativamente na horizontal e poeticamente na vertical. 1947 foi também um ano iniciático para Jean Rouch. É nesse ano que é lançado “Au pays des mages noirs”, seu primeiro filme, filmado no Níger com a sua Bell & Howell ao ombro, visto ter perdido o tripé. Até “Les tambours d'avant”, rodou as suas memoráveis etnoficções africanas e o marcante “Chronique d'un été”, através do qual, com Edgar Morin, estabeleceu aquilo que se veio a chamar “cinéma vérité”. O Ciné-Transe, que o filme que exibimos de Rouch convoca, sempre foi referido por este de forma vaga. No entanto, é inteligível que a sua proposta essencial é a de um cinema que registre o acontecimento com a participação do próprio cineasta, como um iniciado num ritual, mas sem interferir no mesmo (estando “presente e invisível”, como se diz no filme). Aquele que filma transforma-se num “olho e ouvido mecânicos”, escreveu vertovianamente mais tarde Rouch, dançando com a câmara enquanto segue de perto, e não “zoomando”, o movimento das pessoas.

EVASI é também exemplo de um cinema livre, com câmara à mão, que filma em 8 mm outros corpos transformados. Franco Piavoli regista à sua volta, quase sempre frontalmente e muitas vezes em grande plano o público de um jogo de futebol, conquanto nunca se perceba diretamente pelas imagens qual é a modalidade. O olhar sobre este universo habitualmente oculto, num esquecido contracampo, é de uma

curiosidade antropológica e revela uma multidão de homens, numa altura em que as mulheres não “iam à bola”. A testosterona dos “tifosi” fervilha nas reações ao desafio e explode não com um qualquer orgásmico golo, mas na violência gratuita do fanatismo, tão frequente em estádios de futebol ontem e hoje.

Não será despiçando o plano de uma fábrica, numa altura em que a partida já acabara, ficando as bancadas descobertas da moldura humana mas cobertas de lixo. Seriam operários muitos daqueles “evadidos” (como se enuncia no título da obra). Já os planos da lua fazem pensar em Tobe Hooper, que dizia que filmava a lua por esta ser um símbolo ancestral da loucura.



Figura 3: Frame de “Evasi”

Fonte: Point Blank.

RAJNEESH MOVEMENT, OREGON, USA mostra filmagens de autor desconhecido, incluídas no documentário cristão norte-americano anti-Nova Era “*Gods of the New Age*” (1984), remontado no KINO-DOC, à luz do conceito jurídico americano “*fair use*”, de forma a eliminar a narração e aproximar as imagens de uma sensação de som direto. O movimento Rajneesh estabeleceu uma enorme e poderosa comunidade New Age num rancho no Oregon, em princípios dos anos 1980. As imagens que aqui vemos são reveladoras do “processo de libertação” de Rajneesh, que atraiu muito boa gente (Terence Stamp, Peter Sloterdijk, entre outras luminárias). A maior parte deles filhos da contracultura dos 60s, para os quais a liberdade do corpo era um primado. Após uma sequência de crimes graves imputados a líderes do movimento, a sua extravagante cidadela nos Estados Unidos (chegou a ter um aeroporto) acabou por ser desmantelada, ainda durante a década de 80.

THE TROGGS, PALAIS DES SPORTS DE PARIS, que aqui apresentamos, é um excerto do registo do concerto da banda de “*Wild Thing*” no Palácio dos Desportos parisiense em 1967. Foi televisionado no magazine musical do canal ORTF, “*Bouton rouge*”, que durou pouco mais de um ano e no qual trabalhou Philippe Garrel. Pouco mais se sabe destas imagens não-creditadas, que captam como no palco e na plateia a música

transforma os corpos. A operação de câmara é errática mas inventiva nas panorâmicas dinâmicas que desenha e nas variações rápidas de zoom, tão bem registando a entrega dos Troggs ao “rock ‘n’ roll” que produzem, persistentemente acompanhado pelos gritos extasiados da audiência.

BREAKAWAY é um proto videoclipe de 1966, de Bruce Conner, autor dado a reinvenções musicais com “found footage”. Aqui o tema musical é acompanhado, não por arquivo, mas por uma sequência de planos filmados com Toni Basil montada num ritmo sincopado. Ela posa e dança sensualmente, despindo-se e vestindo-se para a câmara. A letra de “Breakaway”, que se escuta, cantada por Basil “elle-même”, dá um tom libertário a uma obra surgida em plena época de emancipação feminina. É uma curta-metragem pioneira, presciente de uma linguagem visual que se tornará global com o surgimento da MTV, 15 anos mais tarde, e de uma desmontagem musical, que lembra “Tomorrow never Knows”, dos Beatles, do mesmo ano, mas também anuncia a manipulação DJ do futuro.

PARA O OLHO DIREITO MAGOADO é uma curta do grande artista visual que foi Toshio Matsumoto, autor de invulgares obras cinematográficas e de videoarte. A torrente psicadélica de planos que aqui vemos, muitos deles de jovens dançando e de arquivo dos recorrentes tumultos da época; o “split screen”, originalmente conjugando três projecções; a música popular e outros sons manipulados traduzem muita da linguagem audiovisual do final dos anos 1960. Num evidente reflexo de experiências psicotrópicas que também transformavam corpos prenhes de libertação. Entre imagens quotidianas, muitas delas bizarras, um homem japonês, como um ator de um Kabuki moderno, arranja-se como uma mulher (a subcultura travesti inspirará outra vez Matsumoto em “O Funeral das Rosas”, longa de 1969 que influenciará a estética da “Laranja Mecânica”, de Kubrick). “Para o Olho Direito Magoado” termina ouvindo-se “Respect”, de Aretha Franklin, que pode ser percebido como um clamor que reclama respeito por muito daquilo que se observa no filme.

QUEENS AT HEART é referido numa introdução pelo seu apresentador como o resultado de um projecto psicológico. Depois vemos quatro participantes de um baile “queer”, juntas num curto sofá, como se estivessem numa consulta conjunta. O que a partir daí se segue é uma preciosa descrição da vivência da transgeneridade e transexualidade nos EUA, pouco antes da Revolta de Stonewall de 1969. O que mais impressiona nesta pérola de realizador anónimo, e bastante audaz para a época, é a feição aberta, digna e despudorada como se fala na 1.^a pessoa sobre as experiências sexuais, a vida dúplice, o tratamento hormonal, o sonho da mudança de sexo ou a hipótese do suicídio. Em paralelo escutamos um apresentador com um discurso que evidencia o quadro mental da época, como quando define homossexualidade como uma “aberração psicológica”, mas que não deixa de confrontar a audiência perante o típico moralismo condenatório que incidia sobre estas “rainhas de coração”.

THE QUEEN centra-se naquele que era, para além dos bailes organizados pela comunidade “gay”, o lugar por excelência da manifestação pública “queer” de outros tempos – o concurso de beleza de “drag queens” (sendo que “queen” verdadeiramente só seria uma, a eleita, “a rainha” do título). Como o filme prova, esse tipo de espetáculo em Nova Iorque possuía a aura de “showbiz” da Broadway, e envolvia muito investimento humano para além dos concorrentes. Todo o processo de organização era complexo e exigente. E é no palco de um auditório cheio de gente que são louvadas neste concurso as “drag queens”, pessoas do sexo masculino travestidas, “pessoas da noite”, como por aqui se diz, que “querem amor”. Que estão dentro de uma “bolha de fantasia”. “Mas quem é que não está numa bolha de fantasia?”, alguém pergunta. E é com a melancolia de uma bolha de fantasia desfeita que acontece o plano final deste documentário único, com a rainha vencedora do concurso, outra vez de calças, girando o seu troféu nas mãos. Já longe das luzes de um palco, diante do qual uma plateia a aplaudia...

LIVING INSIDE faz parte dos vídeos diários curtos de Sadie Benning enquanto adolescente. Foi o seu pai, o célebre cineasta independente James Benning, que lhe ofereceu a câmara de brincar com a qual fez os ditos. Este filme precoce é um bom exemplo da abordagem videográfica desses tempos da futura “riot grrrl”, da banda Le Tigre, e atualmente artista poliglota não-binária. Os planos são curtos, bem fechados no rosto, e ligados por transições distorcidas de vídeo analógico. A figuração do corpo de Sadie é assim fragmentada e semioculta. Adjetivos que também caracterizam o seu discurso confessional, que aqui, como noutros vídeos que filmou, dão conta da experiência traumática de uma jovem homossexual, fechada no seu quarto, perante uma sociedade que lhe era profundamente hostil.

IN MY LANGUAGE revela Amanda Baggs, reagindo fisicamente a tudo o que a rodeia, como a própria refere neste vídeo, que é um “statement” da sua linguagem própria. A linguagem de uma pessoa autista. O resultado audiovisual conseguido por esta bloguista e militante não-binária é impressionante. Escusamo-nos de mais palavras sobre esta obra. As palavras da própria Baggs que nos chegam através de um dispositivo especial na segunda parte de “In My Language”, que se apresentam como uma tradução do que víamos antes, são a mais justa verbalização sobre este objeto singular. A versão em língua portuguesa que exibimos foi extraída tal qual se encontra na Internet, o primeiro lugar deste vídeo.

4. Terceira sessão

A **3.ª SESSÃO** arrancou com um insólito documentário sobre a perceção humana, seguido de outras obras documentais luminosas com corpos transformados pela cegueira, lepra, encefalite letárgica e, finalizando, pela fome e mutilação trazidas pela guerra.

LIVING IN A REVERSED WORLD foi filmado no Instituto de Psicologia Experimental da universidade austríaca de Innsbruck no final dos anos 1950. Dá conta de estudos de percepção humana condicionada a nível da visão e da orientação física, que transformam corpos de cobaias em figuras descontroladas num mundo de pernas para o ar. O tom deste documentário educacional invulgar é risível e surrealizante, e lembra-nos as relações complexas entre corpo e mente, entre sentir e ver, que prolongam a questão da “Ética” de Espinoza “O que pode o corpo para lá da mente?”. E que justificam, como aqui se afirma, que não é de todo evidente estarmos a ver a tela do filme como aparentemente nos parece.

CRIANÇA CEGA é um documentário de van der Keuken sobre crianças e adolescentes de um instituto holandês dedicado a invisuais. Cobre a sua vivência no instituto: as aprendizagens dedicadas ao tacto e à audição, os exercícios físicos (magníficos os planos em “ralenti” enquanto correm) e o lazer, que espelham um ambiente positivo, onde despontam sorrisos e gestos de companheirismo. Antes, com a pontuação de telas negras entre imagens do quotidiano que sublinham o mundo sobremaneira visual em que vivemos, ouvimos o que pensam sobre a sua condição de cegos e sobre a sua relação com a sociedade, que criticam por os tratar com condescendência. No final de “Criança Cega” vislumbramos os protagonistas, com os seus “sticks”, deslocando-se fora do instituto, nas ruas. O cineasta, possivelmente virando ostensivamente a câmara para os transeuntes, consegue recolher vários olhares dos mesmos para a objectiva, traduzindo o olhar dos que vêem sobre os que não vêem, e inventando um hábil contracampo ao rapaz cego, que vemos a caminhar até ser fixado num paralítico, que rememora o fim de “Les quatre cents coups”, de Truffaut, outro retrato da tenra idade.

A CASA É ESCURA é uma obra-mestra do documentário, realizada pela poetisa modernista iraniana Feroz Farrokhzad, e seu único filme. A sua poesia aqui materializou-se como objeto de cinema com esplendor. Está nas imagens da colónia de leprosos que filmou como nunca ninguém antes havia filmado o ser humano, gravando a luz em película que guarda para a posteridade os corpos marcados pela praga que assaltam os nossos olhos, e nos provocam esgares de perplexidade e comoção. E está nas palavras em persa que se escutam. Nas suaves vozes-off (há uma inusitada paz em todo o filme) que ora são palavras para um invisível Deus ancestral, em múltiplas citações do Corão e do Antigo Testamento; ora são dirigidas a nós que olhamos os rostos erodidos dos enfermos, muitos deles crianças, e ouvimos, lemos os apelos para acabar com aquela fealdade, erradicando uma doença tão antiga que já era bíblica. Acabar com o sofrimento das vítimas. O sofrimento humano de todas as lepras, de todos os tempos futuros daqueles que veem esta obra e nunca a irão esquecer. Ficará connosco para sempre, com a sua universalidade e simbologia religiosas, como uma cicatriz na retina que nos alcança as emoções da compaixão. Um monumento visual de Farrokhzad (paradoxalmente conhecida como iconoclasta),

onde a fealdade tão imaculada e dignamente exposta em filme torna-se uma outra luz, de uma beleza gloriosa e verdadeira só possível no cinema documental.

RE: AWAKENINGS é uma obra da faceta mais documental de Bill Morrison, celebrado autor de filmes imersivos com arquivo, que frequentemente dispensam o verbo (aqui as palavras são escritas, como nos vetustos filmes mudos). E é outra obra deste programa com corpos patologicamente transformados. Abordando o emblemático “case study” dos “despertares” de Oliver Sacks, que originou um “blockbuster” de Hollywood em 1990, Morrison desvenda, ao som de uma peça para saxofone de Philip Glass, imagens bastante antigas de doentes “congelados” pela misteriosa epidemia de encefalite letárgica, seguidas de imagens já do período do milagre clínico de Sacks, em que os pacientes, quais Lázarus, “ressuscitaram”. A mobilidade limitada que apresentam evoca os japoneses que sofriam de paralisia cerebral do documentário radical “Adeus, PC”, de Kazuo Hara, que também poderia fazer parte deste programa.

OHI UOMO, de Yervant Gianikian e Angela Ricci Lucchi, é o terceiro de uma trilogia da dupla com base em arquivo de imagem em movimento da 1.ª Guerra Mundial. Neste título a arqueologia visual recriada pelas habituais trucagens dos autores (câmaras lentas, imagens em negativo, reenquadramentos, sobreposição de planos), e sonoramente dramatizada por peças de música erudita, incide sobre corpos violentados pelo belicismo. “Um catálogo anatómico da desconstrução e recomposição artificial do corpo humano” é assim apresentada a obra. Após um prelúdio com “símbolos do totalitarismo”, como referido no próprio filme, a colagem de imagens brutais a que assistimos dá corpo a um díptico com crianças estupradas de várias formas pelo conflito armado e a “gueules cassées”, soldados mutilados, como aqueles que se viam medalhados no “Hôtel des Invalides” (impossível esquecer, nesse filme de Franju, o movimento de câmara do rosto desfigurado de um ex-soldado às medalhas que ostenta no peito). Mas nunca o cinema documental havia revelado tão frontalmente e sem pudor as marcas do horror marcial nos rostos, como que respondendo graficamente à pergunta de da Vinci inscrita na epígrafe “São estas coisas feitas por homens?”.



Figura 4: Frame de “Oh! Uomo”

Fonte: Harvard Film Archive.

5. Quarta sessão

A 4.^a SESSÃO fez-se de filmes exploratórios em que os corpos são artificialmente metamorfoseados por efeitos visuais (tecnológicos e artesanais) ou pela interpretação dos actores, essa recorrente transformação do cinema.

FUEGO EN CASTILLA foi filmado no Colegio de San Gregorio, um importante museu de escultura sacra, e numa capela, ambos na província de Valladolid. Quem o filmou foi José Val del Omar, cineasta espanhol ímpar, pouco considerado no seu tempo, que sonhava com um cinema sensorial, que juntasse à experiência do espectador os domínios do paladar e do olfato (os filmes com fragrâncias da fase inicial da obra de Gianikian e Ricci Lucchi são parte da concretização desse desejo). Na sua demanda por um cinema total, ao qual chamou “Picto- Lumínica-Audio-Táctil”, Val del Omar desenvolveu ele próprio diferentes exemplos de tecnologia cinematográfica inovadora (como uma objectiva zoom “avant la lettre”).

Em “Fuego en Castilla” interessava-lhe alcançar o que chamou “visão táctil”. Para isso inventou uma técnica de iluminação pulsante em que a luz dá uma profundidade de um 3D primitivo. Uma luz vinda da morte primaveril que “levanta as cortinas”, como lemos nas palavras de García Lorca que aqui servem de epígrafe. Uma luz, como o fogo do título, que incendeia-nos os olhos com formas humanas escultóricas, corpos transformados de outra ordem, que ganham vida pela alquimia deste cinema. Com tudo o resto de fascinante nesta obra, essa extravagante “TactilVisión”, amplificada pela música electro-acústica e diafonia sonora, que Val del Omar já havia

explorado em “Aguaespejo granadino”, fizeram do filme um óvni do seu tempo e uma reconhecida obra-prima no seu futuro.

Só nos fica a faltar a projeção como experienciada em 1960, que ultrapassava os limites da tela, espalhando-se abstratamente pela sala de cinema. Esta forma precoce de cinema expandido, designada “desbordamiento apanorámico de la imagen”, é irrepetível uma vez que o seu dispositivo óptico perdeu-se.



Figura 5: Frame de “Fuego en Castilla”

Fonte: Experimental Cinema.

HORIZONTES COMIDOS é o resultado da colaboração entre os dinamarqueses Jørgen Roos, que se notabilizou como documentarista, e o artista Wilhelm Freddie. O corpo de uma mulher é aberto por um homem (Freddie) e comido por outro (Roos). A mulher mantém-se viva. Vemos repetidamente um pão, finalmente recheado por aquilo que parece ser a mesma papa do interior do corpo da mulher. “Horizontes Comidos” é apresentado no seu início como “um filme sobre o amor e a sua destruição em perfeita felicidade”, mas como obra genuinamente surrealista os seus signos são indecifráveis.

ELEPHANT é um filme televisivo de 1988, realizado por Alan Clarke, inspirado no conflito que se vivia à época na Irlanda do Norte, entre protestantes e católicos, conhecido por “The Troubles”. Foi, com o massacre de Columbine, a fonte principal para a longa-metragem de Gus Van Sant do mesmo nome, e filme canónico do cinema do século XXI. Van Sant, para além de roubar o título, inspirou-se nos

prolongados planos de perseguição com Steadicam do “Elephant” original e na profunda frieza dramática deste. No filme de Alan Clarke a transformação corporal a que assistimos é a da morte súbita por tiro à queima-roupa, interpretada por atores. “Elephant” é uma ficção, contudo, sem história. Das suas personagens nada sabemos. São homens silenciosos, quase todos assassinos e assassinados, sem antes nem depois. Os homicídios, alguns recriados a partir de relatos policiais de crimes verídicos, vão desenrolando-se sucessiva e nihilisticamente, traduzindo um realismo intrínseco aos planos longos, na linha do que dizia André Bazin na sua defesa da montagem interdita. Um realismo reforçado pelo grão da película de 16 mm. Por toda a violência gráfica crua de contornos abstratos envolvida, sem qualquer leitura moral, o filme foi antípode do convencional produto da BBC, canal onde foi originalmente exibido.

2 INTO 1 é um projeto de videoarte em que, por manipulação de pós-produção, as “talking heads” de uma mãe, por um lado, e de dois filhos gémeos, por outro, surgem com as vozes trocadas. Com movimentos labiais perfeitamente sincronizados com as palavras, observamos a mãe com a voz de cada um dos filhos, e os filhos com a voz da mãe. Numa estranha forma de possessão, fazendo uso das possibilidades mágicas do “medium” videográfico, eles falam sobre ela com o corpo dela, e ela sobre eles com os corpos deles. Trocando toda a ordem entre imagem e som que pré-assumimos. Cada plano é surpreendentemente ao mesmo tempo um “A-roll” (aquilo que se ouve) e um “B-roll” (aquilo que se vê). Esta obra da artista visual inglesa Gillian Wearing é assim uma inventiva subversão do documentário com “cabeças falantes”, que transpõe de maneira desconcertante a tantas vezes difícil relação entre mães e filhos pré-adolescentes.

IDENTIFICATIONS: KEITH SONNIER é o contributo do artista norte-americano Keith Sonnier para o filme “Identifications”, de Gerry Schum, que convidara vinte artistas de várias nacionalidades a se expressarem através dos seus corpos. Transmitido originalmente na estação ARD para toda a República Federal da Alemanha em 1970, “Identifications” seguia-se à exibição histórica no pequeno ecrã de “Land Art”, do ano anterior, e dava continuidade ao intento de retirar a arte definitivamente do cavalete e das suas noções conservadoras, e desenvolver a própria criação artística na televisão em vez de esta simplesmente documentar aquela. Sonnier aparece filmado num plano aproximado de peito, duplicado num “split screen” positivo à esquerda e negativo à direita, em perspectiva variável provocada por um movimento giratório do corpo. É um retrato que ilustra bem as desconstruções da representação corporal, que o vídeo nas mãos dos artistas da época ia produzindo.

TAKE OFF da artista sueca Gunvor Nelson é uma leitura irónica do fenómeno do “striptease” e da objetificação do corpo feminino a ele associada. A mulher que vemos vai despindo-se ao som de uma banda sonora de ruídos sintéticos, que é o contrário de um acompanhamento musical erógeno. O seu corpo aparece replicado,

como num jogo de espelhos, em azul e escarlate. As duas formas vão sobrepondo-se com um efeito caleidoscópico, que se torna estroboscópico quando a “stripper” tira a peruca e definitivamente apresenta-se como um objeto, ao retirar a sua própria cabeça. O corpo, entretanto, desmonta-se totalmente numa espécie de espaço cósmico por onde passam depois outros corpos. Celestes em vez de humanos.

OLYMPIAD é uma obra pioneira de 1971, concebida pelos engenheiros informáticos Lillian Schwartz e Ken Knowlton, ambos dos inovadores Bell Labs, numa altura em que a arte computacional estava ainda nos primórdios. A música insólita de Max Mathews, também gerada por computador, acompanha esta maratona visual, lembrando as composições visionárias de Raymond Scott. Schwartz acabaria por tornar-se uma artista nuclear na criação audiovisual com computadores. A figura do atleta que contemplamos em “Olympiad”, desenhada e animada informaticamente, e posteriormente sensibilizada em película de 16 mm com um fundo pontualmente “líquido”, como lhe chamou Schwartz, avança sempre de perfil como a Sallie Gardner de Muybridge, de outro filme dos anais que também estudava o movimento. Essa figuração computadorizada do físico humano, de corpo inteiro, sempre em corrida multiplica-se. Uma multiplicação que pode representar apenas um atleta repetido ou vários atletas forjados a partir do mesmo “template”.

DREAM WORK é uma experiência sensorial em CinemaScope e uma homenagem à técnica cinematográfica de Man Ray, memorável pela imagem fotografada sem câmara nem objectiva das suas “rayographs” de “Le retour à la raison” (1923). O grande manipulador Tscherkassky reinventa em preto e branco, através de efeitos diversos, o filme de terror de 1982 “The Entity”. A transformação imagética que imprime actua no corpo da película e, por consequência, nos corpos dos actores nela expostos. A banda sonora convulsa e impactante de Kiawasch Saheb Nassagh recorre a sons concretos manipulados e diferentes formas de ruído branco (já em “Outer Space”, anterior filme de Tscherkassky também materializado a partir de “The Entity”, ouvia-se um cortador de carne amplificado). Tudo ao serviço de uma imersão que já é onírica antes do sonho da mulher que vemos, e que se prolonga no pesadelo erótico desta e no meta cinema do desvendamento da própria matéria fílmica.

CUADECUC VAMPIR, de Pere Portabella, é um “making of” poético do filme de 1970 de Jesús Franco, “El conde Drácula”, uma das múltiplas adaptações do famigerado romance gótico de Bram Stoker. Do cinema clássico europeu e de Hollywood aos banhos de sangue de modestas produções “gore”, vampiros, lobisomens, “zombies” e outras personagens de filmes de terror são corpos fantásticos transformados que se impuseram no imaginário coletivo durante o século passado. Corpos duplamente transformados porquanto o resultado da metamorfose física do humano no monstro, que a ficção impõe, é representado pelo corpo do ator, que é um corpo previamente transformado. Visto toda a interpretação dramática ser uma transformação corporal, do ator na personagem. E é, em grande medida, essa transformação dos intérpretes

e a transfiguração no “plateau” de todo o domínio da ficção pelo cinema (o “décor”, a iluminação, tudo o que se finge para a câmara), que “Cuadecuc vampir” ausculta invulgar e brilhantemente. Ao fazê-lo, vampiriza o filme de Jesús Franco. Possui-o por completo para revelar os artifícios da construção ficcional do cinema.

Plasticamente o filme de Portabella também é raro. As sobreexposições abundam, e foi utilizada película a preto e branco de alto contraste e granulada, que emula a cor, o “chiaroscuro” e a patine do mais lendário filme de vampiros, “Nosferatu”, de Murnau. Na banda-som habita a colagem de Carles Santos de música electro-acústica espectral ou cortante, sonoridades concretas e até “easy listening” e ópera, sem qualquer relação óbvia com as imagens. Reforçando a estranheza e mistério do filme. No mesmo sentido ocorre a ausência de palavras quando se observam os actores falando. Um silenciamento interrompido quando no final escutamos Christopher Lee. Despido de caracterização, o ícone vampiresco da Hammer fecha o filme com a leitura da morte do conde Drácula escrita por Stoker, antes de nos enviar um olhar penetrante num plano “zoomado” até ao “close-up”. Olhamos nesse momento em silêncio para Lee, e é a personagem, cuja morte acabou de contar, que também vemos. Ouve-se de seguida “corta”, e o filme vai a negro e acaba. Ficando-nos na retina um olhar tão dramático como o último do conde, descrito segundos antes. É inescapável ainda a dimensão política de “Cuadecuc vampir”. As filmagens de Jesús Franco e de Portabella ocorrem ainda antes da morte de outro Drácula, também com o apelido Franco, o ditador espanhol do verdadeiro terror, o “generalíssimo” Francisco Franco. Alguém que vive simbolicamente na personagem vampírica de Christopher Lee, como em Eisenstein existia subliminarmente Estaline em Ivan, o Terrível.

6. Quinta sessão

A **5.ª SESSÃO**, e derradeira do programa, reuniu vários filmes sob o signo da morte. Porém, começa com um filme sobre a vida. O início da vida. Segue-se uma obra de vídeo digital sobre o envelhecimento. Os restantes filmes olham a morte de frente e jogam com ela xadrez.

VIDA guarda diferentes rostos sofridos de mulheres em trabalho de parto. Pelechian não filma os nascimentos em si, acto documental que deu cenas memoráveis noutros filmes – “vide” “All My Babies” (1953), de George C. Stoney, ou “Milestones” (1975), de Robert Kramer e John Douglas –, antes segue para o banho de um recém-nascido, magnífico baptismo de luz e cor. Não será casual ser este o primeiro filme colorido do mestre arménio...A banda sonora, sempre fundamental em Pelechian, é toda de uma ária da “Missa de Réquiem”, de Verdi. Paradoxo assaz interessante por ser um excerto de uma obra fúnebre num filme que celebra a vida. Liga-se aqui vida e morte como nesta sessão também fazemos. O filme fecha com retratos de duas mães com seus filhos, depois de uma elipse que podemos assumir com o tempo que fez as

crianças crescer. E no último plano temos a imagem cristalizada pela montagem, remate de obra tipicamente pelechiano, de uma mãe com uma criança ao colo, em que ambas dirigem-nos os seus olhares. São todas as mães e crianças que vimos em “Vida”. São todas as mães e crianças do mundo.

DANIELLE é um “time-lapse” impossível do envelhecimento humano. Só possível como recriação de tempo acelerado através da tecnologia digital deste século. Vemo-lo diante dos nossos olhos, cara a cara, num plano-sequência surpreendente com a menina, que vai ganhando anos até chegar a idosa. O grande feito deste clipe é a forma como o CGI liga eficazmente imagens de diferentes familiares do sexo feminino, com semelhanças faciais e idades distintas, traduzindo visualmente uma só pessoa ao longo da vida. Em quarto singelos minutos. Ao observarmos este rosto que se transforma, é impossível não sentir o esmagamento pela nossa finitude, que é também o que vemos na tela.

THANATOPSIS, como o poema homónimo de Bryant, é uma reflexão sobre a morte, acepção da própria palavra em grego. É um trabalho audiovisual que explora a dança filmada, o efeito estroboscópico da velocidade de obturação baixa e a dupla exposição. Traços comuns de outros filmes de Ed Emshwiller, que descreveu “Thanatopsis” como “a confrontação de um homem com o seu tormento”. Como noutras obras de “Corpo Transformado”, a banda-som inclui um batimento cardíaco, ao qual Emshwiller acrescenta ruídos de serra elétrica, como que dando continuidade às experiências com “intonarumori” do futurista Luigi Russolo.

THE ACT OF SEEING WITH ONE’S OWN EYES foi resumido exemplarmente da seguinte forma por Hollis Frampton, como Brakhage, figura importante do cinema “avant-garde” americano. “Stan Brakhage, entra com a sua câmara num dos lugares esquecidos e terríveis da nossa cultura, a sala de autópsia. Um local onde inversamente a vida é estimada, pois existe para afirmar que nenhum de nós pode morrer sem saber-se exatamente por quê.” O impressionante registo MOS (sem som) de Brakhage é cru e na linha do seu pensamento sobre o cinema. A saber, via “Metaphors on Vision”, seu texto teórico mais conhecido: filmar é procurar o equivalente da visão de uma criança, antes do conhecimento da cultura visual e nomeadamente da perspectiva, que segundo Stan Brakhage impõe uma insuportável relação proprietária ao visível. Este filme é parte da trilogia conhecida por “Pittsburgh Documents”. Para o autor, “document” opõe-se a “documentary” por traduzir uma observação subjectiva, e não objectiva, que era o que o documentário espelhava. Brakhage defendia assim uma abordagem documental fenomenológica.

FUNERAL OF DYLAN THOMAS é uma atualidade muda da British Pathé, filmada no País de Gales, de onde era originário o poeta que escreveu alguns dos versos mais memoráveis sobre a morte nos poemas “Do not Go Gentle into that Good Night” e “And Death Shall Have no Dominion”. Terá contribuído para o seu falecimento

precoce o consumo excessivo de álcool, essa gasolina de tantos corpos transformados. Esta é, pelo menos, a lenda que ficou. Dezoito whiskies de tacada no White Horse Tavern, em Nova Iorque, que lhe abriram o caminho para a morte. Este curto “newsreel” dá-nos o silêncio da despedida ao grande poeta dionisíaco, no decurso da derradeira transformação do corpo, entregue à terra.

PASQUA IN SICILIA é um resgate etnográfico para memória futura da celebração da Páscoa, de meados do século XX, em três aldeias sicilianas, que nos faz lembrar tradições portuguesas. Em San Fratello, homens transformam-se por máscaras e trajes coloridos, semelhantes aos caretos transmontanos, em judeus satânicos. Em Delia, como Manoel de Oliveira fará posteriormente no início da década de 60 em “Acto da Primavera”, Vittorio De Seta filma uma encenação popular da Paixão de Cristo, na qual o messias, primeiramente encarnado num homem, ganha o corpo de um boneco de madeira quando sobe à cruz. Em Aidone, no domingo pascal, há outros bonecos do folclore religioso, tão grandes e animados como os gigantones lusos, mas mais velozes, estranhos e misteriosos, que representam apóstolos.



Figura 6: Frame de “Pasqua in Sicilia”

Fonte: Alberto Terrile.

FOREST OF BLISS foi rodado em Varanasi, ainda hoje conhecida por Benares, cidade sagrada de muitos templos, sendo o maior deles o rio Ganges, no qual se depositam os mortos hindus. É um lugar de peregrinos, onde se vai morrer ou cumprir ritos que favoreçam a vida depois da morte de entes queridos. Estamos perante outra meditação sobre a morte, que, como todas, é também uma meditação sobre a vida. O mote do filme de Robert Gardner é-nos dado logo no seu início, depois de um assombroso plano de uma matilha atacando um cão, quando se lê que tudo no mundo come ou é comido. Trata-se de uma citação da tradução do sânscrito por Yeats dos “Upanixades”, textos da filosofia hindu. E esse é o único verbo, além do título, créditos

e referência geográfica, para um espectador que não compreende o que dizem os indianos. A sua condição é reforçadamente a de um estrangeiro, uma vez que o autor declinou a tradução das falas.

Robert Gardner começou por ser antropólogo e acabou poeta. Foi um dos fundadores do Film Study Center de Harvard, farol fundamental do cinema etnográfico, e posteriormente teve contacto privilegiado com figuras do cinema experimental norte-americano na qualidade de apresentador, durante vários anos, do programa televisivo “Screening Room”, que poderá explicar em parte como o académico virou pleno artista. Essa progressão é clara na sua filmografia, que partiu da abordagem clássica da antropologia visual, comentando cientificamente a alteridade, para o cinema documental magicamente observacional desta “Floresta do Êxtase”, em que nada se explica. Antes se sugere pelo fino manto da poesia das imagens, que mantém semi-velados os significados das ações de pessoas e animais. É um nevoeiro, como o que aqui vemos soberbamente fotografado sobre o Ganges.

Jorge de Carvalho. É um cineasta que se dedica ao ensino no domínio do documentário e à realização. É fundador, diretor e formador do KINO-DOC, núcleo de cinema documental de cursos presenciais e online, sediado em Lisboa. Tem colaborado com a Universidade do Porto, que tem um protocolo no âmbito da formação profissional com o KINO-DOC, como curador de ciclos de cinema e coordenador do “podcast” Doc.Online. No campo de ação do KINO-DOC, criado em 2012, tem escrito reflexões sobre imagem em movimento, e trabalhado com os seus formandos no desenvolvimento de dezenas de projetos ligados ao cinema documental, vários deles com projeção mundial (três prémios internacionais em 2021). Presentemente, está a finalizar a sua longa “Ospina Cali Colombia” e a curta que corealizou com Bárbara Henriques, “Eu Estou aqui”, ambas documentais e coproduções do KINO-DOC com a Terratrema e a OPTEC Filmes respectivamente. www.kino-doc.pt. Rua da Bempostinha 27ª, Lisboa, Portugal. Email: kino-doc@sapo.pt. ORCID:0000-0003-4185-7222.

Receção: 12-04-2022

Aprovação: 30-04-2022

Citação:

Carvalho, Jorge de (2022). Corpo transformado. *Todas as Artes: Revista Luso-Brasileira de Artes e Cultura*, 5(2), pp. 112-132. ISSN 2184-3805. DOI: 10.21747/21843805/tav5n2r1

HACKING LES SYSTÈMES: UNE CONVERSATION AVEC MARC-ANTOINE LÉVAL

HACKEANDO OS SISTEMAS: UMA CONVERSA COM MARC-ANTOINE LÉVAL

HACKING THE SYSTEMS: A CONVERSATION WITH MARC-ANTOINE LÉVAL

HACKEAR LOS SISTEMAS: UNA CONVERSACIÓN CON MARC-ANTOINE LÉVAL

Henrique Grimaldi Figueredo

Universidade Estadual de Campinas, Brasil

RÉSUMÉ: Le domaine de l'art n'est pas une structure homogène. Par définition, elle s'organise sur la base de ses nombreux conflits, véritables luttes classificatoires sur les arbitrages culturels qui opèrent les régimes de légitimité. Essentiellement asymétrique, le champ artistique est donc un espace social rempli de hiérarchies qui produisent et reproduisent les inégalités entre les artistes, les marchés et les institutions. Bien qu'il s'agisse d'un "système" cohérent, cette structure n'est pas complètement protégée contre d'éventuels processus symboliques de hacking. Dans cet entretien avec l'artiste français Marc-Antoine Léval, nous aborderons des questions telles que le piratage des circuits artistiques, l'immatérialité de l'art et un certain "artivisme" comme mode de survie dans le champ culturel de la contemporanéité.

Mots-clés: Marc-Antoine Léval; hacking artistique; art contemporain.

RESUMO: O campo da arte não é uma estrutura homogênea. Por definição, organiza-se a partir de suas muitas disputas, verdadeiras lutas classificatórias sobre os arbitrários culturais que operam os regimes de legitimidade. Essencialmente assimétrico, o campo da arte é, portanto, um espaço social repleto de hierarquizações que produzem e reproduzem as desigualdades entre artistas, mercados e instituições. Embora um "sistema" coeso, essa estrutura não está completamente salvaguardada de possíveis processos simbólicos de hackeamento. Nessa entrevista com o artista francês, Marc-Antoine Léval, abordaremos questões como o hackeamento dos circuitos artísticos, a imaterialidade da arte e um certo "artivismo" como modo de sobrevivência no campo cultural da contemporaneidade.

Palavras-chave: Marc-Antoine Léval; hackeamento artístico; arte contemporânea.

ABSTRACT: The field of art is not a homogeneous structure. By definition, it is organized based on its many disputes, real classificatory struggles about the cultural arbitrariness that operate the regimes of legitimacy. Essentially asymmetrical, the art field is, therefore, a social space full of hierarchizations that produces and reproduces inequalities among artists, markets, and institutions. Although a cohesive "system," this structure is not completely safeguarded from possible symbolic processes of hacking. In this interview with the French artist, Marc-Antoine Léval, we will address issues such as the hacking of artistic circuits, the immateriality of art, and a certain "artivism" as a mode of survival in the cultural field of contemporaneity.

Keywords: Marc-Antoine Léval; artistic hacking; contemporary art.

RESUMEN: El campo del arte no es una estructura homogénea. Por definición, se organiza a partir de sus múltiples disputas, verdaderas luchas clasificatorias sobre los arbitrajes culturales que operan los regímenes de legitimidad. Esencialmente asimétrico, el campo del arte es, por tanto, un espacio social lleno de jerarquías que producen y reproducen desigualdades entre artistas, mercados e instituciones. A pesar de ser un "sistema" cohesionado, esta estructura no está completamente salvaguardada de posibles procesos simbólicos de hacking. En esta entrevista con el artista francés Marc-Antoine Léval, abordaremos cuestiones como el pirateo de los circuitos artísticos, la inmaterialidad del arte y un cierto "artivismo" como modo de supervivencia en el campo cultural de la contemporaneidad.

Palabras-clave: Marc-Antoine Léval; hacking artístico; arte contemporáneo.



Figura 1: Marc-Antoine Léval, La Générale (Paris, 2007)

Fonte: Cortesia do artista.

L'art contemporain c'est sans doute la zone la plus floue, la plus risqué, la plus mouvante, et du coup la plus prometteuse – Martin Bethenod, Pinault Collection

1. Présentation

Etienne Samain (2012: 58), tributaire d'une tradition warburgienne, soutient que les images "pensent et dialoguent dans le temps". Elles "ouvrent et déploient l'histoire, la découvrent ou la dissimulent, la redécouvrent et la ressuscitent, la font vivre et exister" dans une linéarité qui n'est pas nécessairement téléologique. La plasticité de cet ensemble, dans lequel se construisent ou se déconstruisent les récits, serait encore renforcée par le fait que les images incorporent non seulement les pensées de ceux qui les ont produites, mais aussi de tous ceux qui interagissent avec eux. La conception des images comme pensantes et capables de regarder (Didi-Huberman, 2010), constitue une manière utile d'aborder la production artistique. Elle définit les conditions sensibles de l'interlocution esthétique et sociale entre l'artiste, son environnement social, son public et ses consommateurs. Si l'image est un lieu d'articulations, "elle est aussi un lieu de conflits: en elle se croisent des auteurs, une société, un moment historique, une technique, l'objet de représentation et tant d'autres regards qui lui sont dédiés au fil du temps" (Entler, 2012: 133). Ces dimensions ne sont pas nécessairement solidaires entre elles dans la production d'un sens commun, ni homogènes dans leur manière de manifester les problèmes

communautaires, structurels, économiques ou subjectifs qui façonnent l'art et ses formes historiquement et socialement assumées.

Malgré les apports de ce système conceptuel, dans lequel les images ne seraient plus stagnantes, subordonnées au regard interprétatif de leurs spectateurs, mais au contraire, vivantes, vibrantes, dans une sorte de dialogue continu; la tâche que nous proposons ici, bien qu'ancrée dans cette notion, me semble plus directe. Elle ne demande pas beaucoup plus qu'un effort vers les similitudes de Bataille (Didi-Huberman, 2015), en l'occurrence déceler, que ce soit dans sa dimension sociale ou dans son aspect purement formel, des éléments similaires. Dans cette brève digression sur l'œuvre de l'artiste français Marc-Antoine Léval – sur le *statu quo* de ses images – il est donc possible d'identifier quelques approximations et débats intéressants, qu'ils se réfèrent à "une histoire de l'art", ou qu'ils cherchent à appréhender les conditions de la production de l'art aujourd'hui.

En 1979, l'artiste américaine Barbara Kruger présente pour la première fois ce qui sera reconnu comme la maturation de son style pictural. À l'aide de grandes images en noir et blanc superposées à du texte – le plus souvent porté par des bandes d'un rouge pénétrant – Kruger s'attaque aux médias et à la politique dans sa langue maternelle: sensationnelle, autoritaire et directe. Travaillant la peinture et le tissage depuis le début des années 1970, la subtilité ou l'absence d'une signification sociale plus audacieuse dans ses œuvres, même tacite, l'amène à abandonner la création artistique pendant une année entière. Elle ne reprendra qu'en 1977 avec une série de collages de photos et de textes, le stade embryonnaire de son propos critique. Les images de Kruger, dont la puissance est indissociable de leur message-molotov – *I shop therefore I am ; We don't need another hero ; Pro-life for the unborn pro-death for the born ; Your body is a battleground ; If you don't control you mind someone else will* – représentent dans sa trajectoire un point de rupture, un passage tourmenté – mais nécessaire – d'une politique de l'art à un art politique (Rancière, 2009, 2012).

Kruger, dans le prolongement des expériences de sa compatriote Martha Rosler – *Bringing the War Home: House Beautiful* (1967-72) – pour qui le dispositif critique visait toujours un double effet (la prise de conscience du réel et l'intériorisation de la culpabilité par le déni de ce même réel), semble alors actualiser le défi de traduire les tautologies inconfortables de la contemporanéité dans lesquelles le texte – le message – matérialise, et surtout appuie, les vérités en partie occultées dans les images. L'œuvre de Kruger, mobilisée comme une sorte de préambule à notre discussion, ne définirait pas seulement un marqueur temporel ou un cadre conceptuel des œuvres qui, en incorporant du texte, ouvrent la voie à l'utilisation d'un message moins sous-jacent dans l'art. Elle permet également une collision quelque peu frontale et non dissimulée avec certaines des expérimentations les plus provocantes de Léval.

Marc-Antoine Léval, né à Belfast, en Irlande du Nord, assume, comme Kruger, la promesse de révéler – sans trop de jeux ou détours conceptuels – ce qui est souvent caché ou internalisé socialement; ce qui génère, comme l'écrit Bourdieu (2013: 113), une forme "d'appréhension automatique du monde social comme du monde naturel". Au-delà du format pamphlétaire et incisif, le message, comme composante centrale du travail des deux artistes, laisse peu de place à des lectures plus éthérées. Le spectateur est brutalement confronté à une vérité; il n'y a pas d'horizon lui permettant de détourner le regard. Découlant peut-être de sa relation avec le graffiti – qui traverse ses propositions depuis l'adolescence – et de son estime pour les provocations de Marcel Duchamp et d'Yves Klein (qu'il cite nommément), cette approche directe anéantit ce qui protège le regard (Foster, 2017) aux marges interprétatives d'un art plus idyllique. Ce qu'il propose, c'est le réel aperçu dans toute sa gloire: selon ses mots, "dans le médium ce qui m'intéresse c'est la puissance de portée du message".

Ce caractère fondamental de l'art urbain – qui pour Canclini (2013) est capable d'écrire et de réécrire historiquement la ville et ses processus – et l'admiration pour un art moins matériel, se manifeste ainsi dans de nombreux aspects de sa production. Des cabanes irrégulières installées à des adresses prestigieuses de la capitale française (un projet du collectif 21bis) aux performances-contraventions dans les galeries commerciales et les musées publics, en passant par les actions non autorisées dans les foires d'art, les musées et les événements, l'artiste s'impose comme un corps biopolitique qui inscrit sa présence – que les agents mandataires de ces structures le souhaitent ou non – et l'urgence de ses questionnements dans la ville elle-même.

Dans sa série "*Please, buy/show my work*", commencée en 2007 lors de la conférence de presse marquant l'ouverture du Palazzo Grassi à Venise, le premier musée appartenant au magnat de l'industrie du luxe et grand collectionneur François Pinault, puis reprise en 2008 lors de l'ouverture de la FIAC (Foire Internationale d'Art Contemporain) à Paris, à l'Art Basel de Miami, et à l'ouverture de Punta della Dogana l'année suivante – ainsi qu'à au Tate de Londres et au New Museum de New York – Léval met en lumière une vérité qui, bien que structurelle, est éclipsée par le cynisme des rituels des circuits artistiques légitimés: aucune autorité n'est capable de s'autoriser elle-même. En convoquant nommément un collectionneur ou une institution pour acquérir ou exposer ses œuvres, l'artiste met en évidence la précarité des communautés artistiques (subordonnées) face aux quelques agents qui concentrent aujourd'hui les pouvoirs de légitimation (subordonnés). Il réalise une inversion de l'opération – déjà critique – de John Baldessari, *Tips for Artists Who Want to Sell* (1966-68), qui avait créé une sorte de pédagogie de la survie sur le marché d'art. Pour Léval, les systèmes de consécration sont depuis longtemps tributaires

d'autres pouvoirs et, derrière chaque œuvre artistique, palpite invisiblement la supplique: *please, buy/show*.

Si l'on peut encore convenir que, comme l'affirme Pierre Bourdieu (1989 : 290), "le sujet de la production de l'œuvre d'art, de sa valeur et aussi de sa signification, n'est pas le producteur de l'objet dans sa matérialité, mais l'ensemble des agents" qui vivent pour l'art et de l'art, opérant par des luttes ou des collusions classificatoires, une vision du monde, "et aussi du monde de l'art", afin de collaborer "pour la production de la valeur de l'art et de l'artiste" (Bourdieu, 1989: 291); ce que dénonce Léval, c'est précisément ce changement substantiel dans le paysage de la légitimation. Il ne s'agit plus seulement d'exorciser ce que Benjamin appelait le "sortilège du nom du maître", mais d'appréhender et de décrire l'émergence progressive de l'ensemble des conditions sociales qui permettent à de nouveaux personnages – avant tout le collectionneur et les grandes institutions – d'être les véritables producteurs de cette magie qu'est l'œuvre d'art.

Face au déplacement de ces pouvoirs – l'artiste qui n'existe institutionnellement et commercialement que sur la base d'un ensemble spécifique d'autorisations – Léval adopte une position critique qui conçoit que les mots (en tant que signes) sont détenteurs d'un pouvoir et producteurs d'un type d'enchantement. Si l'on prend ici – à titre illustratif et sans la profondeur que la question mérite – le message sur les toiles de Kruger comme une progression vers le travail essentiellement imagé de Rosler, Léval s'orienterait vers l'abolition de l'image (une distorsion du *modus operandi* de Kruger) – qui par ironie ou plaisanterie pourrait dérouter le spectateur – pour se concentrer sur l'aspect communicatif de son message; d'un art-dénonciation qui, en se nommant et en se réalisant par des actions naturellement interdites à cet Autre (l'artiste hors d'un système ou d'un champ artistique) révèle les "influences que le monde de l'art préfère ignorer, au regard de la règle de la présomption d'innocence" (Moureau, 2020: 92).

En tant qu'artiste qui conçoit la ville et les structures institutionnelles comme des systèmes à *hacker*, l'œuvre de Marc-Antoine Léval nous fournit des pistes d'investigation permettant d'évaluer les conditions et le rôle de cet Autre dans la résistance et le l'anéantissement des règles artificiellement créées et incontestablement acceptées. Cet entretien, réalisé entre Lyon (France) et São Paulo (Brésil), présente la trajectoire de Léval, la manière dont ses œuvres sont créées et son point de vue sur les médias et les institutions. Il constitue une conversation ouverte et honnête sur les merveilles et les horreurs de la culture contemporaine et ses conséquences pour la survie matérielle et symbolique des artistes d'aujourd'hui.

2. Entretien

Henrique Grimaldi: Vous êtes né à Belfast mais vous vivez et travaillez en France. Y a-t-il une raison particulière à cela? Par rapport à votre trajectoire artistique, quand votre intérêt pour le monde de l'art est-il apparu et quelles sont vos références les plus substantielles dans ce milieu?

Marc-Antoine Léval: Je suis né à Belfast parce que mon père y travaillait à l'époque, mais mes parents sont français et se sont rencontrés à Lyon où j'habite aujourd'hui. Je dessine depuis tout petit, je me souviens qu'en primaire je dessinais des caricatures, des personnages que je passais à mes camarades, et qu'ils y étaient sensibles, que ça les faisait rigoler ou réagir et qu'ils me reconnaissaient un talent. Je m'en souviens comme d'un pouvoir spécial que j'avais. A 15 ans j'ai commencé seul le graffiti, avant de rencontrer dans mon lycée un ami qui était dans un crew. Avec eux j'ai vite rencontré des légendes de la scène parisienne. Pour nous qui commençons c'était la découverte d'un monde magique et secret. Je me suis fait beaucoup arrêter à cette époque, et ça a fini par être impossible à assumer vis-à-vis de mes parents. Mais je voulais continuer à m'amuser, et à interagir avec le public comme j'avais pu le faire avec le graffiti. Je pense que le plus important c'était de pouvoir dire ce que je voulais où je voulais. Évidemment j'ai été inspiré par Duchamp et Klein, qui ouvraient des horizons autres que la peinture. Mais je pense que ma plus grande inspiration venait des graffeurs, même si je trouvais qu'ils n'utilisaient pas tout le potentiel de la méthode du graffiti. J'aime les artistes qui écrivent des phrases, ou même juste des mots, comme André⁴⁷ faisait. Je me souviens avoir eu une grande émotion artistique en voyant les affiches de John Hamon⁴⁸ qui collait des photos de son visage sans autre explication. Vers 2014 Boris⁴⁹ (the Grifters) a commencé à écrire des phrases en graff. Je pense (et j'aimerais) que ça soit ce qui se développe.

Henrique Grimaldi: En ce qui concerne les dispositifs choisis (graffitis, affiches, installation de bâches), comment s'est opéré le passage de l'un à l'autre et qu'est-ce qui vous a motivé à expérimenter différents moyens d'expression?

Marc-Antoine Léval: Le changement principal et l'arrivée des bâches viennent de mes nombreuses arrestations liées au graffiti. Je devais trouver un médium moins répréhensible. Certes je pouvais être arrêté pour entrée illégale dans un lieu, sur un toit etc, mais il n'y pas vraiment de dégradation. La bâche s'enlève en coupant les attaches et a priori il ne peut pas trop avoir de poursuites. Dans le médium ce qui

⁴⁷ André est un artiste franco-suédois qui travaille avec le graffiti depuis 1986, signant ses œuvres de l'émblématique Mr. A.

⁴⁸ John Hamon est un artiste urbain français qui a lancé un projet en 2001 dans lequel il fixait ses photographies, sans aucune explication, sur des monuments et des rues de la ville. Décrivant sa motivation comme "c'est la promotion qui fait l'artiste ou le degré zéro de l'art" (Hamon apud. Le Mitouard, 2017: s/p), Hamon a déjà porté son projet dans plus de 33 pays.

⁴⁹ Boris est un artiste bulgare installé en France, et s'est fait connaître par son humour, ses photographies et ses satires.

m'intéresse c'est la puissance de portée du message. Si une bâche fait des journaux télévisés, le New York Times etc... je suis heureux, la bâche peut s'enlever facilement mais j'ai touché des millions de gens. Aujourd'hui pour moi le medium le plus puissant c'est les stickers ou les affiches. La rue étant pour moi l'espace le plus difficile à censurer.

Henrique Grimaldi: Vous avez travaillé pendant une décennie en tant que curateur et agent pour d'autres artistes contemporains. Parlez-nous un peu de cette expérience – comment elle commence; quels sont les impacts sur le travail des autres créateurs lorsqu'ils ont à leur disposition un artiste agissant comme curateur et agent? – et votre point de vue sur le circuit de l'art en France.

Marc-Antoine Léval: Quand j'ai fait ma première exposition en 2010, après avoir fait 3, 4 ans à dérouler des bâches à travers le monde, je n'avais pas vraiment d'expérience du marché de l'art. Je n'avais pas fait d'école d'art, et je n'avais personne de ma famille ou de mon entourage qui s'y connaissait. J'ai rencontré un premier mécène qui m'a financé mon voyage à Miami et qui ensuite m'a présenté une jeune galeriste qui se lançait. Malgré toute notre bonne volonté nous avons fait des erreurs lorsque nous avons organisé ma première exposition en 2010. Il me manquait des clés de compréhension du marché de l'art, notamment sur les prix. J'avais aussi besoin d'échanger avec d'autres artistes. J'étais toujours proche du graffiti, en 2010, j'ai voulu aider Saeio à se développer et je lui ai vendu sa première toile. Il y a la satisfaction d'œuvrer pour la culture, et en même temps j'ai appris sur le marché de l'art. Quand des artistes n'ont pas beaucoup d'expérience, ou qu'ils ne sont pas très à l'aise pour communiquer, ça peut être bénéfique qu'il y ait un intermédiaire. J'ai monté une association pour la promotion de l'art urbain, cela m'a permis d'inviter des artistes. Certains jeunes artistes, d'autres plus connus mais parfois ignorés par le "circuit". Même si je n'avais pas beaucoup de moyens, je pense que les artistes ont su reconnaître ma vision à travers la sélection curatoriale. Il y a le circuit officiel institutionnel, et le circuit alternatif dont mon association fait partie. Certains galeristes ou collectionneurs peuvent soutenir des artistes précurseurs, dissidents, ou juste dans lesquels ils croient, mais c'est évidemment plus compliqué pour les institutions.

Henrique Grimaldi: Comment est né le collectif d'artistes 21bis et quel type d'œuvres étiez-vous prêt à produire?

Marc-Antoine Léval: J'ai rencontré Romain et Laurent avec qui nous avons fondé ce collectif, à la fête de l'après vernissage de la FIAC en 2007 où j'avais affiché les premiers posters "*Please Pinault*" à l'intérieur de la foire. On avait l'énergie et l'envie de faire des œuvres dans l'espace public.



Figura 2: Cartazes "Please, François Pinault, buy my work", fixados na FIAC (Paris, 2007)
 Fonte: Cortesia do artista.

Henrique Grimaldi: Les installations et happenings illégaux, dans le contexte urbain, ont, à mon avis, un impact phénoménal (je pense ici notamment aux cabanes attribuées à des points stratégiques et très visibles de la ville, ou encore à la construction du *Police Truck*). Parlez-nous un peu de cette série d'œuvres.

Marc-Antoine Léval: Avec Romain et Laurent nous avons décidé de réaliser à tour de rôle les idées de chacun de nous. L'idée des cabanes était une idée de Romain. Nous espérons ainsi nous sentir tous acteurs à part égal du collectif. Il fallait que l'idée nous plaise à tous, l'idée des cabanes m'avait plu pour son impact, visuel, symbolique. Si il n'y a pas de prise de risque pour nous et que ça a de l'impact, c'est encore plus puissant. Ça l'est encore d'avantage quand on donne l'impression d'aller dans le sens du Système (qui a priori est contre la pauvreté...) on devient intouchables! Ce qui m'intéressait le plus dans les cabanes c'était de trouver des médiums, des manières de hacker le système, de le mettre face à ses contradictions, et ainsi de révéler son vrai visage.



Figura 3: Cabana do coletivo 21bis instalada na Place Vendôme (Paris, 2007-2008)

Fonte: Cortesia do artista.

Henrique Grimaldi: À propos de l'action *We are Alive* au Palais de Tokyo et de la performance collective à l'ouverture de la Galerie Perrotin, comment percevez-vous la performance du collectif dans ces espaces institutionnels et marchands célèbres? Sommes-nous confrontés ici à une sorte d'artivisme?

Marc-Antoine Léval: *We are Alive* et la performance à la galerie Perrotin sont à mon sens du hacking. A une autre époque, l'Art était plus inaccessible. On ne rentrait pas dans les châteaux des rois aussi facilement qu'au Palais de Tokyo ou chez Perrotin. La méthode du graffiti c'est l'infiltration. Comme l'avait aussi fait Banksy en collant des tableaux à lui dans les musées. On questionne le choix des œuvres mises en avant, et on bouscule le monopole des curateurs institutionnels. Mais en général les gens n'aiment pas trop se faire hacker. Il semblerait que ça rentre dans la définition d'artivisme. Mais on peut être "artiviste" et défendre des idéologies mortifères comme la plupart des artistes cités à la section "artivisme" de Wikipedia. Le but c'est d'être sage et de défendre des bonnes valeurs.



Figura 4 e 5: Ação "We are Alive" no Palais de Tokyo (Paris)
 Fonte: Cortesia do artista.

Henrique Grimaldi: Si je parle maintenant spécifiquement de la série "*Please, buy/show my work*", je pense à un exercice de création qui échappe à la matérialité traditionnelle de l'art, à une économie de la richesse qui veut posséder des objets. Je peux aligner cette série sur la même clé critique d'Yves Klein dans la polémique "*L'époque pneumatique. La spécialisation de la sensibilité à l'état de première matière en sensibilité picturale stabilisée*⁵⁰", de 1958, ou encore l'art conceptuel plus radical des années 1960. Comment est née l'idée de cette série?

Marc-Antoine Léval: Tu as raison de citer Klein, car lui et Duchamp nous ont permis de prendre du recul sur le caractère matériel de la production artistique. Un jour je pensais à la FIAC, et j'ai eu cette image de ces artistes qui fabriquent des objets aux formes à la mode, en espérant arriver dans les collections des plus riches collectionneurs. Ce "*Please, François Pinault, buy my work*" m'est venu comme la parole des artistes exposés à la FIAC⁵¹. Or Duchamp et Klein avaient ouvert d'autres voies que la voie matérielle d'expression. J'avais déjà compris que le graffiti amenait un élément immatériel dans la notion d'Œuvre artistique. Ces "*Please buy/show my*

⁵⁰ Dans cette exposition d'Yves Klein, les visiteurs ont trouvé la galerie entièrement vide, même sans téléphone, et l'intérieur repeint avec du blanc. Le cocktail offert pour le vernissage, devant les tableaux absents, colorés l'urine des invités en bleu klein (Mattei, 2004).

⁵¹ Foire internationale d'art contemporain, qui a lieu à Paris généralement en octobre.

work” rassemblent plusieurs éléments importants, je m’amusais, je faisais une critique du Matériel, tout en proposant une solution immatérielle, et en faisant ma promotion.

Henrique Grimaldi: Comment le méga-collectionneur français, François Pinault, est-il entré dans le radar de *“Please, buy my work”*?

Marc-Antoine Léval: En 2007, à la fête de l’après vernissage de la FIAC j’ai rencontré un journaliste people, qui m’a proposé de m’inviter à la fête du Bal Jaune, organisée chaque année par François Pinault au moment de la FIAC. J’étais venu avec d’autres affiches, et ce journaliste est venu me chercher en me prévenant que François Pinault avait fini de dîner et qu’il allait descendre. Il m’a alors suggéré de l’attendre avec une affiche. Je n’avais pas du tout réfléchi à cette rencontre, qui est arrivée très vite, mais voilà le résultat. François Pinault souriant, moi surpris. Sans explication, cette photo peut aussi brouiller la compréhension de mon travail. Ensuite je l’ai recroisé, à New York, à Venise où il m’a posé quelques questions, mais on n’a jamais eu de longue discussion.



Figura 6: O artista Marc-Antoine Léval e o colecionador François Pinault, no Le Bal Jaune (Paris, 2007)

Fonte: Cortesia do artista.

Henrique Grimaldi: L'inauguration du Palazzo Grassi et de la Punta della Dogana, musées de la collection Pinault à Venise; la FIAC à Paris, le Miami Art Basel, le New Museum à New York et la Tate à Londres. Vos actions sont dirigées vers ces espaces construits par une élite artistique – un groupe qui forme et informe la demande, comme l'a diagnostiqué la sociologue Raymonde Moulin – de sorte que vous proposez, de manière quasi définitive, une réponse possible à la question posée par le sociologue français Pierre Bourdieu, "mais qui a créé les créateurs". Parlez-nous un peu de ces actions, notamment de la raison de la sélection de ces espaces et de la façon dont les médias perçoivent le travail.

Marc-Antoine Léval: Hacker ces moments de forte visibilité, c'était le meilleur moyen de faire connaître mon travail. D'utiliser le "co-branding" forcé! Il ne faut pas oublier que c'est souvent le but premier du graffeur. J'ai commencé par Venise, parce que Pinault y a des musées. Ensuite après avoir réussi la FIAC j'ai voulu faire les plus grandes réunions d'art contemporain. Pour les musées je voulais qu'il y ait le vernissage d'une exposition. Par exemple au New Museum, non seulement le bâtiment était nouveau et original graphiquement, mais il s'y ouvrait l'exposition "Younger than Jesus". Je savais que les médias appréciaient, ça faisait partie du plan.



Figura 7: "Please, Tate, show my work", na abertura da exposição Pop Life: art in a material world (Londres, 2009)
Fonte: Cortesia do artista.



Figura 8: “Please, New Museum, show my work”, na abertura da exposição Younger than Jesus (Nova York, 2009)

Fonte: Cortesia do artista.

Henrique Grimaldi: Lorsque je vois une de ses œuvres dans une institution ou une foire d'art, je pense à elles dans le sens de véritables "art intruders"; ce sont des éléments qui révèlent le sens caché de ces espaces (comment se construit la légitimité, par exemple). En parlant ici de l'écosystème de ces mondes artistiques, comment les collectionneurs – comme Bernard Arnault et François Pinault – et la communauté artistique – je pense ici à la version de l'œuvre exposée à la Biennale de Venise avec la signature de l'artiste chinois Ai Weiwei – reçoivent-ils ces œuvres?

Marc-Antoine Léval: Je pense que François Pinault et Bernard Arnault, même s'ils ont des notions d'histoire de l'art. Je ne sais pas ce que Pinault et Arnault pensent de ces travaux. Pinault était amusé, et curieux lorsque je l'ai rencontré, mais je n'en sais pas plus. Je ne sais pas non plus si Ai Weiwei a vu la bache de Venise. Quand je préparais

une bâche pour Paris dans un squat en banlieue parisienne, un artiste était venu me dire en tremblant, “tu ne diras pas que tu as fait ca ici” ! Il était très énervé ! J'ai été très surpris. En fait, il y a des gens qui ne comprennent qu'une partie de l'œuvre. En général quand une œuvre suscite de l'émotion très positive ou très négative c'est bon signe, c'est qu'elle est forte. Mais en général la plupart des artistes sont respectueux parfois admiratifs, ne serait-ce que de la performance physique et de l'engagement que j'ai mis dans ces travaux.

1. Introdução

Etienne Samain (2012: 58), tributário de uma tradição warburguiana, argumenta que as imagens “se pensam e dialogam no tempo”, elas “abrem e desdobram a história, a descobrem ou a encobrem, a reencontram e a ressuscitam, a fazem viver e existir” em uma linearidade que não necessariamente teleológica. A plasticidade desse tecido, no qual se constroem ou se dinamitam as narrativas, estaria ainda potencializada pelo fato de que as imagens incorporam não apenas o pensamento de quem as produziu, mas também de todos aqueles que com elas colidiram. Modo profícuo de abordagem da produção artística, a noção de que as imagens pensam e estão habilitadas a devolverem o olhar (Didi-Huberman, 2010), ratifica, portanto, as condições sensíveis de interlocução estética e social entre o artista, seu meio, seus públicos e consumidores. Se a imagem é um lugar de articulações, “ela é também um lugar de conflitos: nela se cruzam autores, uma sociedade, um momento histórico, uma técnica, o objeto de representação e tantos outros olhares dedicados a ela ao longo do tempo” (Entler, 2012: 133), dimensões que não são necessariamente solidárias entre si na produção de um sentido comum e tampouco homogêneas no modo de manifestação dos problemas comunitários, estruturais, econômicos ou subjetivos que lapidam a arte e suas formas historicamente e socialmente assumidas.

Apesar dos ganhos desse sistema conceitual, no qual as imagens não mais se apresentariam estagnadas, à mercê do olhar interpretativo de seus espectadores, mas ao contrário, vivas, pulsantes, em uma espécie de diálogo continuado; a tarefa a qual nos propomos aqui, ainda que embebida dessa noção, me parece mais direta – não exige muito mais que um esforço em direção as semelhanças informes de Bataille (Didi-Huberman, 2015) – encontrando, seja em seu significado social, seja em seu aspecto puramente formal, elementos equalizadores. Nesta breve digressão acerca do trabalho do artista francês Marc-Antoine Léval – do *status quo* de suas imagens – é possível, portanto, delinear algumas aproximações e debates interessantes, sejam àqueles referenciados à “uma história da arte”, seja buscando apreender as condições que perpassam a produção da arte hoje.

Em 1979, a artista estadunidense Barbara Kruger apresenta pela primeira vez aquilo que posteriormente seria reconhecido como o amadurecimento de seu estilo pictórico. Utilizando-se de imagens em grande escala em preto-e-branco sobrepostas a textos – em sua grande maioria veiculados sobre penetrantes tarjas vermelhas – Kruger passa a abordar a mídia e a política em sua linguagem nativa: sensacional, autoritária e direta. Trabalhando com pintura e tecelagem desde o início dos anos 1970, a sutileza ou ausência de um significado social mais contundente em suas obras, mesmo quando tácito, levam-na a abandonar a criação artística por todo um ano, retomado-a somente em 1977 com uma série de colagens de fotos e textos, estágio embrionário de seu florescimento crítico. As imagens de Kruger, cuja potência é indissociável de sua mensagem-molotov – *I shop therefore I am; We don't need another hero; Pro-life for the unborn pro-death for the born; Your body is a battleground; If you don't control you mind someone else will* – representam em sua trajetória um ponto de fratura, uma passagem intranquila – porque necessária – de uma política da arte à uma arte política (Rancière, 2009, 2012).

Kruger, em seguimento às experimentações de sua conterrânea Martha Rosler – *Bringing the War Home: House Beautiful* (1967-72) – para quem o dispositivo crítico visava sempre um duplo efeito (a tomada de consciência do real e a internalização da culpa pela negação do mesmo), parece então atualizar o desafio de tradução das tautologias incômodas da contemporaneidade no qual o texto – a mensagem – materializa e mais importante, redundante, as verdades semi-ocultas nas imagens. O trabalho de Kruger, retomado como uma espécie de preâmbulo para esta discussão, não definiria somente um marco temporal ou lastro conceitual das obras que ao incorporarem o texto pavimentaram o caminho para o uso de uma mensagem menos subterrânea na arte, ela permite também uma colisão um tanto frontal e sem muitas curvas com algumas das experimentações mais provocativas de Léval.

Marc-Antoine Léval, nascido em Belfast, na Irlanda do Norte, assume, como Kruger, o compromisso de revelar – diga-se, sem muitos jogos ou rodeios conceituais – aquilo que muitas vezes encontra-se ocultado ou internalizado socialmente, o que gera, como escreveu Bourdieu (2013: 113), uma forma de apreensão “automática do mundo social como mundo natural”. Além do formato panfletário e incisivo, a mensagem, como componente central de ambos artistas, deixa pouco espaço para leituras mais etéreas, o espectador é brutalmente confrontado com uma verdade; não há um horizonte que lhe permita desviar o olhar. Talvez herança de sua relação com o graffiti – que atravessa suas proposições desde a adolescência – e do apreço pelos atritos artísticos concebidos por Marcel Duchamp e Yves Klein (os quais cita nominalmente), essa abordagem direta esfacela os anteparos do olhar (Foster, 2017), as margens interpretativas de uma arte mais idílica; o que oferece é o real confrontado em toda sua glória: em suas palavras, “no dispositivo artístico, o que me interessa é o poder da mensagem”.

Esse caráter fundamental da arte urbana – que para Canclini (2013) é capaz de escrever e reescrever historicamente a cidade e seus processos – e a admiração por uma arte menos material, transborda assim em inúmeros aspectos de sua produção. Das cabanas irregulares instaladas em endereços prestigiosos da capital francesa (projeto do coletivo 21bis) à performance-contravenção em galerias comerciais e museus públicos, passando ainda pela ação não autorizada em feiras de arte, museus e eventos, o artista se manifesta como um corpo biopolítico que inscreve sua presença – queiram ou não os agentes autorizados nessas estruturas – e a urgência de suas questões na própria urbe.

Em sua série *“Please, buy/show my work”*, iniciada em 2007, durante a coletiva de imprensa que marcou a abertura do Palazzo Grassi, primeiro museu do magnata da indústria do luxo e grande colecionador François Pinault, em Veneza, e repetida em 2008 na abertura da FIAC (Foire Internationale d'Art Contemporain) de Paris, na Art Basel em Miami, e no ano seguinte, na inauguração da Punta della Dogana – passando ainda pela Tate em Londres, e o New Museum, em Nova York – Léval lança luz à uma verdade, que embora estrutural, é eclipsada pelo cinismo dos rituais nos circuitos legitimados da arte: nenhuma autoridade é capaz de autorizar a si mesma. Ao convocar nominalmente um colecionador ou instituição para adquirir ou exibir sua obra, o artista deixa claro a precariedade e debilidade das comunidades artísticas (subordinados) diante dos poucos agentes que concentram agora as ferramentas de legitimação (subordinantes); é a inversão da própria operação – já crítica – de John Baldessari, *Tips for Artists Who Want to Sell* (1966-68), que criava um tipo de pedagogia da sobrevivência mercadológica: para Léval os sistemas de consagração estão há muito comprometidos com outras potestades e por trás de cada trabalho artístico, pulsa invisivelmente essa súplica: *please, buy/show*.

Se ainda pudermos consentir com Pierre Bourdieu (1989: 290), e cremos que sim, de que “o sujeito da produção da obra de arte, do seu valor e também do seu sentido, não é o produtor do objeto em sua materialidade, mas sim o conjunto de agentes” que vivem para a arte e da arte, balizando por meio de lutas classificatórias ou conluios, uma visão de mundo, “e também de mundo da arte”, de modo a colaborar “na produção do valor da arte e do artista” (Bourdieu, 1989: 291); o que Léval denuncia é justamente essa mudança substancial na paisagem da legitimação, na qual não mais trata-se apenas de exorcizar aquilo que Benjamin chamava de “feitiço do nome do mestre”, mas de apreender e descrever a emergência progressiva do conjunto das condições sociais que possibilitam novos personagens – sobretudo o colecionador e as grandes instituições – como os reais produtores dessa magia que é a obra de arte.

Frente ao deslocamento desses poderes – o artista que só existe institucionalmente e mercadologicamente a partir de um conjunto específico de autorizações – Léval assume uma postura crítica que compreende que as palavras (como signos) são detentoras de um poder, produtoras de um tipo de encantamento.

Se aqui tomarmos – a nível ilustrativo e sem a profundidade que a questão merece – a mensagem nas telas de Kruger como uma progressão à obra essencialmente imagética de Rosler, Léval estaria caminhando no sentido de abolição da imagem (uma torção do *modus operandi* de Kruger) – que pela ironia ou jocosidade poderiam confundir o espectador – para centrar-se no aspecto comunicativo de sua mensagem; de uma arte-denúncia que ao dar nome e realizar-se através de ações naturalmente interditas a esse Outro (o artista fora de um sistema ou de um campo da arte) expõe as “influências que o mundo da arte prefere ignorar, no que diz respeito à regra da presunção da inocência” (Moureau, 2020: 92).

Como um artista que concebe a cidade e as estruturas institucionais como sistemas aptos a serem hackeados, a obra de Marc-Antoine Léval nos propicia pistas investigativas que permitem aferir as condições e o papel desse Outro nos embates e na dinamitação daquilo que artificialmente criado é incontestavelmente aceito como um circuito legitimado da arte. Nessa entrevista, realizada entre Lyon, França, e São Paulo, Brasil, apresentamos a trajetória de Léval, o modo como seus trabalhos são concebidos e sua visão sobre a mídia e as instituições; uma conversa aberta e honesta sobre as maravilhas e os horrores da cultura contemporânea e suas consequências para a sobrevivência material e simbólica dos artistas de hoje.

2. Entrevista

[Tradução: Henrique Grimaldi]

[Revisão: Zoé Richard]

Henrique Grimaldi: Você é original de Belfast, mas vive e trabalha na França. Há alguma razão particular para isso? Em relação à sua trajetória artística, quando desponta seu interesse pelo mundo da arte e quais suas referências mais substanciais nesse meio?

Marc-Antoine Léval: Nasci em Belfast porque o meu pai trabalhava lá na altura, mas os meus pais são franceses e conheceram-se em Lyon, onde vivo hoje. Desenho desde criança; lembro-me que na escola primária costumava desenhar caricaturas, personagens que transmitia aos meus amigos, os quais eram sensíveis a eles, que riam ou reagiam a eles e que reconheciam o meu talento. Recordo-o disso como um poder especial que eu tinha. Aos 15 anos, comecei a grafitar sozinho, antes de conhecer um amigo na minha escola secundária que estava em uma *crew* [de grafiteiros]. Com eles conheci rapidamente as lendas da cena parisiense. Para nós, que estávamos a começar, foi a descoberta de um mundo mágico e secreto. Fui preso inúmeras vezes nessa altura, e acabou por ser impossível de assumir [o graffiti] perante os meus pais. Mas eu queria continuar a divertir-me, e a interagir com o público como tinha feito com o graffiti. Penso que o mais importante era poder dizer o que eu queria onde queria. Obviamente fui inspirado por Duchamp e Klein, que me

abriram outros horizontes para além da pintura. Mas penso que a minha maior inspiração veio dos grafiteiros, mesmo que a meu ver eles não utilizassem todo o potencial desse método. Gosto de artistas que escrevem frases, ou mesmo apenas palavras, como fez André. Lembro-me, por exemplo, de ter uma grande emoção artística quando vi os cartazes de John Hamon com fotografias de seu rosto sem qualquer outra explicação. Por volta de 2014 Boris (os Grifters) começou a escrever sentenças em graffiti. Penso (e desejo) que é isto que está a desenvolver-se na cena artística.

Henrique Grimaldi: Com relação aos dispositivos escolhidos (o graffiti, os cartazes, a instalação das lonas) como ocorreu o processo de transição entre um e outro e o que motivou você a experimentar diferentes meios de expressão?

Marc-Antoine Léval: A principal mudança e a chegada das lonas vieram de minhas inúmeras prisões relacionadas ao grafite. Eu tinha que encontrar um meio menos condenável. Claro que eu poderia ser preso por entrada ilegal em um lugar, em um telhado, mas não há danos reais. A lona pode ser retirada cortando-se as amarras e, *a priori*, os processos judiciais relacionados a isso são restritos. No dispositivo artístico, o que me interessa é o poder da mensagem. Se uma lona faz a notícia, capta a atenção do New York Times, estou feliz, a lona pode ser removida facilmente, mas já alcancei milhões de pessoas. Hoje, para mim, o meio mais poderoso é o adesivo ou cartaz. E a rua, o espaço mais difícil de ser censurado.



Figura 9: “Please, François Pinault, buy my work”, na abertura da FIAC (Paris. 2008)

Fonte: Cortesia do artista.

Henrique Grimaldi: Você trabalhou durante uma década como curador e agente de outros artistas contemporâneos. Por favor, conte-nos um pouco sobre esta experiência – como ela se inicia; quais os impactos sobre o trabalho de outros

criadores quando eles têm à sua disposição um artista atuando como curador e agente? – e de sua visão sobre o circuito de arte na França.

Marc-Antoine Léval: Quando tive minha primeira exposição em 2010, após três ou quatro anos desenrolando lonas [com mensagens] em todo o mundo, eu realmente não tinha nenhuma experiência no mercado de arte. Eu não havia frequentado a escola de arte e não possuía ninguém em minha família ou em meu círculo que soubesse alguma coisa sobre isso. Conheci meu primeiro patrono que financiou minha viagem a Miami e depois me apresentou a um jovem dono de galeria que estava apenas começando. Apesar de toda a nossa boa vontade, cometemos erros quando organizamos minha primeira exposição em 2010. Faltavam-me as chaves para entender o mercado de arte, especialmente os preços. Eu também precisava trocar com outros artistas. Estando sempre próximo da cena do graffiti, em 2010, quis ajudar Saeio a se desenvolver e lhe vendi sua primeira tela. Há a satisfação de trabalhar pela cultura e, ao mesmo tempo, aprender sobre o mercado de arte. Quando os artistas não têm muita experiência, ou não estão muito à vontade para se comunicar, pode ser benéfico ter um intermediário. Criei uma associação para a promoção da arte urbana, o que me permitiu então convidar artistas. Alguns eram jovens artistas, outros eram mais conhecidos, mas às vezes ignorados pelo "circuito". Mesmo que eu não tivesse muito dinheiro, acho que os artistas reconheceram minha visão através da seleção curatorial. Existe, portanto, o circuito institucional oficial, e o circuito alternativo do qual minha associação faz parte. Alguns proprietários de galerias ou colecionadores podem apoiar esses artistas que são precursores, dissidentes ou que apenas expressam aquilo em que acreditam, mas é obviamente mais complicado para as instituições.

Henrique Grimaldi: Como surge o coletivo 21bis e que tipo de trabalho vocês se dispunham a produzir?

Marc-Antoine Léval: Conheci Romain e Laurent, com quem fundei este coletivo, na festa de pós-vernissage da FIAC em 2007, onde eu havia colocado os primeiros cartazes "*Please Pinault*" dentro da feira. Compartilhávamos a energia e o desejo de fazer obras no espaço público.

Henrique Grimaldi: As instalações e happenings ilegais, no contexto urbano, têm, em minha opinião, um impacto fenomenal (estou pensando aqui particularmente nas cabanas alocadas em pontos estratégicos e altamente visíveis na cidade, ou mesmo na construção do *Police Truck*). Por favor, nos fale um pouco sobre esta série de obras.

Marc-Antoine Léval: Junto com Romain e Laurent [coletivo 21bis], decidimos nos revezar para realizar as ideias de cada um de nós. A ideia das cabanas foi de Romain. Esperávamos sentir que éramos todos jogadores iguais no coletivo. Todos nós

tínhamos de gostar da ideia, e eu gostei das cabanas por seu impacto visual e simbólico. Se não há risco imediato para nós e isso tem um impacto, é ainda mais poderoso. É ainda mais poderoso quando damos a impressão de estarmos alinhados com o Sistema (que é, *a priori*, contra a pobreza...), tornamo-nos, assim, intocáveis! O que mais me interessou nas cabanas foi encontrar meios, formas de hackear o sistema, de confrontá-lo em suas próprias contradições, e assim revelar sua verdadeira face.

Henrique Grimaldi: Sobre a ação *We are Alive*, no Palais de Tokyo e da performance coletiva na abertura da Galerie Perrotin; como você percebe a atuação do coletivo nestes espaços institucionais e mercadológicos celebrados? Estaríamos aqui diante de um tipo de ativismo?

Marc-Antoine Léval: *We are Alive* e a apresentação na Galerie Perrotin estão, em minha opinião, hackeando esses espaços. Em outro momento, a arte era mais inacessível. Não se entrava nos castelos dos reis tão facilmente como no Palais de Tokyo ou na Perrotin. O método do graffiti é o veículo da infiltração. Como Banksy também o fez quando colocou seus próprios quadros em museus. Questionamos a escolha das obras apresentadas e desafiamos o monopólio dos curadores institucionais. Mas, em geral, as pessoas não gostam de ser hackeadas. Parece sim que isto se enquadra na definição de ativismo. Mas você pode ser um "ativista" e defender ideologias mortificantes como a maioria dos artistas listados na seção "ativismo" da Wikipédia. O objetivo é ser sábio e defender os bons valores.

Henrique Grimaldi: Falando agora especificamente sobre a série "*Please, buy/show my work*"; penso em um exercício de criação que escapa da materialidade tradicional da arte, de uma economia de riqueza que quer possuir objetos. Consigo alinhar esta série na mesma chave crítica de Yves Klein na polêmica "*A época pneumática. A especialização da sensibilidade no estado matéria primeira em sensibilidade pictural estabilizada*", de 1958, ou mesmo da arte conceitual mais radical dos anos 1960. Como surgiu a ideia para esta série?

Marc-Antoine Léval: Você tem razão em citar Klein, porque ele e Duchamp nos permitiram afastar-nos da natureza material da produção artística. Um dia eu estava pensando na FIAC, e eu tinha esta imagem destes artistas que fazem objetos seguindo um certo modismo, esperando entrar nas coleções dos mecenas mais ricos. Este "*Please François Pinault, buy my work*" veio até mim como a frase [dissimulada] dos artistas expostos na FIAC. Mas Duchamp e Klein tinham aberto outras vias além da forma material de expressão. Eu já havia entendido que o graffiti trouxe um elemento imaterial para a noção de uma obra artística. Estes "*Please, buy/show my work*" reuniram vários elementos importantes, eu estava me divertindo, criticando o Material, enquanto oferecia uma solução imaterial, e me promovia.

Henrique Grimaldi: Como o mega-colecionador francês, François Pinault, entrou no radar de "Please, buy my work"?

Marc-Antoine Léval: Em 2007, na festa de pós-vernissage da FIAC, conheci um jornalista famoso que se ofereceu para me convidar para o Bal Jaune, uma celebração organizada anualmente por François Pinault na altura da FIAC. Eu tinha vindo com outros cartazes, e este jornalista veio me buscar e me disse que François Pinault tinha terminado o jantar e que já desceria. Ele sugeriu que eu esperasse por ele com um cartaz. Eu não tinha pensado em nada especificamente sobre esta reunião, que aconteceu muito rapidamente, mas aqui está o resultado. François Pinault sorrindo, eu surpreso. Sem explicação esta foto pode confundir a compreensão do meu trabalho. Depois o encontrei novamente, em Nova York e em Veneza, onde ele me fez algumas perguntas, mas nunca tivemos uma longa discussão.



Figura 10: "Please, François Pinault, buy my work", na inauguração do Palazzo Grassi (Veneza, 2007)

Fonte: Cortesia do artista.



Figura 11: "Please, François Pinault, buy my work", na inauguração da Punta della Dogana (Veneza, 2009)

Fonte: Cortesia do artista.

Henrique Grimaldi: A inauguração do Palazzo Grassi e da Punta della Dogana, museus da Pinault Collection em Veneza; a FIAC em Paris, a Miami Art Basel, o New Museum em Nova York e a Tate em Londres. Suas ações são dirigidas para estes espaços edificadas por uma elite artística – um grupo que forma e informa a demanda, como diagnosticado pela socióloga Raymonde Moulin – de modo que você propõe, quase em definitivo, uma possível resposta para a questão postulada pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu, "*mais qui a crée les créateurs*" Conte-nos um pouco sobre essas ações, particularmente sobre o motivo da seleção desses espaços e como a mídia percebe o trabalho

Marc-Antoine Léval: Hackear estes momentos de alta visibilidade foi a melhor maneira de tornar meu trabalho conhecido. Usar um tipo de *co-branding* forçada! Não

devemos esquecer que este é muitas vezes o objetivo principal do grafiteiro. Comecei com Veneza, porque Pinault tem lá seus museus. Então, depois de ter tido sucesso na FIAC, eu quis fazer [a intervenção] nas maiores reuniões da arte contemporânea. Para os museus, eu queria ter a abertura de uma exposição. Por exemplo, no New Museum, não só o prédio era novo e graficamente original, mas a exposição "Younger than Jesus" estava abrindo ali. Eu sabia que a mídia iria gostar, era parte do plano.



Figura 12: "Please, François Pinault, buy my work", na Miami Art Basel (Miami, 2008)

Fonte: Cortesia do artista.

Henrique Grimaldi: Quando vejo uma de suas obras em uma instituição ou feira de arte, penso nelas no sentido de verdadeiros "art intruders"; são elementos que revelam o significado oculto destes espaços (como a legitimidade é construída, por exemplo). Falando aqui do ecossistema desses mundos da arte, como os colecionadores – como Bernard Arnault e François Pinault – e a comunidade artística – penso aqui na versão da obra exibida na Bienal de Veneza com a assinatura do artista chinês Ai Weiwei – recebem esses trabalhos?

Marc-Antoine Léval: Penso que François Pinault e Bernard Arnault tenham algum conhecimento de história da arte, [mas] eu não sei o que Pinault e Arnault pensam desses trabalhos. Pinault foi divertido e curioso quando o conheci, mas não sei mais do que isso. Eu também não sei se Ai Weiwei viu a lona de Veneza. [Já sobre a comunidade artística] quando eu estava preparando uma lona para uma ocupação nos subúrbios de Paris, um artista veio até mim e disse, tremendo, "você não vai dizer que fez isso aqui"! Ele estava muito incomodado! Fiquei surpreso. Na verdade, há pessoas que só entendem parte do trabalho. Em geral, quando uma obra desperta emoções muito positivas ou muito negativas, é um bom sinal, é uma obra forte. Mas,

em geral, a maioria dos artistas são respeitosos e às vezes admiradores, mesmo que seja pela performance física e pelo compromisso que coloco nestas obras.



Figura 13: “Buy Marc-Antoine Léval’s work, Ai Weiwei”, na Bienal de Veneza

Fonte: Cortesia do artista.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bourdieu, Pierre (2013). Capital Simbólico e Classes Sociais. *Novos Estudos*, v. 96, 105-115.
- Bourdieu, Pierre (1989). *O poder simbólico*. Lisboa: Difel.
- Canclini, Néstor Garcia (2013). *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Edusp.
- Didi-Huberman, Georges (2010). *O que vemos, o que nos olha*. São Paulo: Editora 34.
- Didi-Huberman, Georges (2015). *A semelhança informe ou o gaio saber visual segundo Georges Bataille*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Entler, Ronaldo (2012). “Um pensamento de lacuna, sobreposições e silêncios” In: Samain, Etienne (Org.). *Como pensam as imagens*. Campinas: Editora da Unicamp.
- Foster, Hal (2017). *O retorno do real*. São Paulo: Ubu Editora.
- Le Mitouard, Eric (2017). “John Hamon : cet illustre inconnu qui s’affiche dans les rues de Paris depuis 15 ans”. *Le Parisien*, 4 abr 2017, disponível em: <https://www.leparisien.fr/paris-75/paris-75005/cet-illustre-inconnu-s-affiche-dans-les-rues-de-paris-depuis-15-ans-14-11-2016-6328224.php>
- Mattei, Jean-François (2004). A arte da insignificância ou a morte da arte. *Revista de Letras da UFSM*, nº 28-29, 13-23.
- Moureau, Nathalie (2020). Colecionadores de arte: desde o outro lado do espelho. In Bulhões, Maria Amélia; Vargas, Nei & Fetter, Bruna (Orgs.). *Arte além da Arte*. São Paulo: Editora do Sesc.
- Rancière, Jacques (2009). *A partilha do sensível: estética e política*. São Paulo: Editora 34.
- Rancière, Jacques (2012). *O espectador emancipado*. São Paulo: Martins Fontes.

Samain, Etienne (2012). Aby Warburg. Mnemosyne. Constelação de culturas e amulheta de memórias. In Samain, Etienne (Org.). *Como pensam as imagens* (pp. 51-80). Campinas: Editora da Unicamp.

Agradecimentos ao artista Marc-Antoine Léval pela disponibilidade para a realização desta entrevista e pela cessão do uso das imagens que ilustram essa discussão. Também à querida amiga Zoé Richard, pela leitura e revisão cuidadosa do francês.

Henrique Grimaldi Figueredo. . Doutorando em Sociologia pelo Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas com estágio doutoral pela École des Hautes Études en Sciences Sociales - Paris. Bolsista Fapesp (2019/10315-5 e BEPE 2020/02298-0). É pesquisador associado ao Grupo de Estudos em Bourdieu (GEBU) da UNICAMP e membro da IASPM-Portugal. Email: henriquegrimaldifigueredo@outlook.com. ORCID: 0000-0002-6324-4876.

Receção: 10-03-2022

Aprovação: 30-03-2022

Citação:

Figueredo, Henrique Grimaldi (2022). Hacking les systèmes: une conversation avec Marc-Antoine Léval. *Todas as Artes: Revista Luso-Brasileira de Artes e Cultura*, 5(2), pp. 133-157. ISSN 2184-3805. DOI: 10.21747/21843805/tav5n2r2

