



**UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL / RÁDIO E TV – CAMPUS XIV**

MORENA LISS MORAIS DE OLIVEIRA

**PAPEL, PELÍCULA E VIDEOCLÍPE:
Uma análise da narrativa transmídia em *Cidade de Deus***

**Conceição do Coité
2013**

MORENA LISS MORAIS DE OLIVEIRA

PAPEL, PELÍCULA E VIDEOCLÍPE:
Uma análise da narrativa transmídia em *Cidade de Deus*

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social - Habilitação em Radialismo, da Universidade do Estado da Bahia, como requisito para a obtenção do grau de bacharel em Comunicação, sob a orientação do Professor Me. Marcos Botelho.

Conceição do Coité
2013

MORENA LISS MORAIS DE OLIVEIRA

**PAPEL, PELÍCULA E VIDEOCLÍPE:
Uma análise da narrativa transmídia em *Cidade de Deus***

Trabalho de conclusão apresentado ao Curso de Comunicação Social – Radialismo da Universidade do Estado da Bahia sob a orientação do professor Me. Marcos Botelho.

Aprovado em: 12 / 12 / 2013

Banca examinadora

Marcos Botelho – Professor Orientador

Universidade do Estado da Bahia – Campus XIV

Carolina Ruiz de Macedo – Professor (a) Convidado (a)

Universidade do Estado da Bahia – Campus XIV

Macello Medeiros – Professor (a) Convidado (a)

Universidade do Estado da Bahia – Campus XIV

Conceição do Coité

2012

Dedico este trabalho a Deus,
à minha família e a todos/as
professores (as) que me inspiraram.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela força nos momentos de tensão e desânimo, por ser a força que me regenera.

Aos professores pelos conselhos, estímulos e ideias inspiradoras durante todo o processo;

Ao meu orientador Marcos Botelho pela generosidade, paciência e delicadeza, sobretudo nos meus momentos de ansiedade;

Brenda que esteve sempre ao meu lado e ouviu durante todo esse tempo, pacientemente, sobre as minhas preocupações e sempre ofereceu palavras de conforto;

Bonifácio, que atendeu aos meus gritos de socorro em todos os perrengues.

Minha família e amigos, pela paciência, incentivo e compreensão dos meus esforços para a realização deste trabalho.

A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços de fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos a nossa vida cotidiana.

Henry Jenkins (2009)

RESUMO

PAPEL, PELÍCULA E VIDEOCLÍPE: Uma análise da narrativa transmídia em *Cidade De Deus*

A narrativa transmídia é uma modalidade narrativa recente, que tem sido alvo do interesse da indústria do entretenimento e de consumidores participativos, exigentes e migratórios, típicos da era da convergência dos meios de comunicação. Essa forma narrativa que flui por diversos canais (filmes, séries, HQs, jogos, etc.) é central nesta monografia, sendo a forma pela qual é construído o universo transmidiático de *Cidade de Deus*, objeto deste trabalho. *Cidade de Deus* partiu da adaptação do romance para o cinema e acabou tornando-se um universo expandido. É o conjunto dessas produções que formam tal universo que é exibido aqui, com análise mais destacada do videoclipe *Minha Alma*, da banda carioca O Rappa, como parte do “universo *Cidade de Deus*” e pela particularidade do gênero audiovisual.

Palavras-chave: Narrativa transmídia. Convergência. Adaptação. *Cidade de Deus*. Videoclipe.

ABSTRACT

PAPER, FILM AND VIDEOCLIP:

An analysis of transmedia storytelling in *City Of God*

The transmedia narrative is a recent narrative mode, which has been the target of interest from the entertainment industry and participative, demanding and migration consumers, typical of the era of media convergence. This narrative form that flowing through different channels (movies, series, comics, games, etc.) Is central on this monograph, has been the way which the transmedia universe of *City of God* is constructed, the object of this work. *City of God* gets started from adaptation of the novel to cinema and eventually became an expanded universe. The set of these productions which form this universe that is displayed here, with more outstanding analysis of the video clip *Minha Alma*, the Carioca band O Rappa, as part of the "Universe *City of God*" and the particularity of audiovisual genre.

Keywords: Transmedia Storytelling. Convergence. Adaptation. *City of God*. Video clip.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. CONVERGÊNCIAS NA CULTURA DO ENTRETENIMENTO.....	14
3. <i>CIDADE DE DEUS: O “UNIVERSO”</i>	27
3.1. O Livro	27
3.2. O Filme.....	30
3.3. A Minissérie	35
4. <i>MINHA ALMA EM CDD</i>	38
4.1. A transmidialidade em <i>Minha Alma</i>	45
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	52
REFERÊNCIAS.....	53

1. INTRODUÇÃO

A narrativa transmidiática é uma modalidade narrativa bastante presente no campo da comunicação audiovisual. São formas recentes de “adaptar” histórias para suportes vários não obedecendo necessariamente à ordem livro-filme, como acontece comumente, mas estabelecendo pontes e diálogos entre diferentes tipos de mídias (filmes, séries televisivas, HQs, aplicativos para celular, videogames e produtos associados), nos quais cada migração entre os meios suplementa e desenvolve novos elementos narrativos autônomos em relação ao anterior, formando um universo ampliado das temáticas e formas narrativas (JENKINS, 2009, p. 138). Porém, a maioria das produções nesse sentido ainda não encontrou a “fórmula” para que uma experiência desse tipo atinja a “plenitude”, ou seja, um todo narrativo que satisfaça o público sem deixar lacunas na história, produzindo entretenimento multiplataforma de qualidade, a exemplo do que ocorreu com *Matrix*¹. O movimento de convergência dos meios de comunicação propiciou um investimento maior da indústria do entretenimento nesse sentido, estimulado também pela crescente importância dos consumidores na era da cultura participativa, cada vez mais atraídos por experiências desse tipo. Além disso, a motivação para o desenvolvimento da monografia a partir desta temática decorre da necessidade de aprofundar a análise e a compreensão acerca desse tipo de narratividade, pois a narrativa transmídia se encontra ainda, sobretudo no Brasil, pouco estudada no campo acadêmico.

Henry Jenkins, professor e diretor do Programa de Mídia Comparada do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), é o nome mais significativo no estudo da narrativa transmídia. Essa forma contemporânea de contar histórias surgiu como sintoma da convergência dos meios de comunicação, que provocou mudanças no modo de produzir e consumir entretenimento na contemporaneidade. As produções transmidiáticas oferecem diferentes “pontos de acesso” para que os consumidores experimentem a história através de canais distintos que renovam e amplificam a narrativa, a exemplo do que aconteceu com as produções que participam do “universo *Cidade de Deus*”, objeto de estudo desta monografia.

O romance *Cidade de Deus*, escrito por Paulo Lins, foi saudado na época de seu lançamento, em 1997, como um “acontecimento” impactante na cultura brasileira. Resultado

¹A franquia *Matrix* foi acusada pela crítica e por boa parte do público pela falta de conexão entre algumas partes do “todo”, além da falta de autonomia dos produtos da franquia, que dependiam demais dos conteúdos uns dos outros para a compreensão da história. (JENKINS, 2009, p. 139).

da “convergência” entre uma pesquisa de iniciação científica (coordenada pela antropóloga Alba Zaluar) realizada pelo autor quando estudante de Letras na Universidade Federal do Rio de Janeiro e a fabulação literária, o romance trouxe à luz, sem maquiagens nem rodeios, a realidade profundamente violenta da evolução do crime organizado e do tráfico de drogas em meio à “passagem da favela a neofavela” no Rio de Janeiro, atrelando ficção e documento (SOUZA, 2009, p. 202), através do olhar de um morador da comunidade. O inusitado do romance era justamente a dupla posição enunciativa a partir da qual a história é construída: o relato da experiência pessoal do escritor sobre a genealogia do crime organizado numa favela carioca e seu olhar de pesquisador da criminalidade nas classes populares (LINS, 2002 apud SOUZA, 2009, p. 202).

O livro foi adaptado para o cinema em 2002 por Fernando Meirelles e Kátia Lund e se tornou, com toda certeza, um dos mais polêmicos do cinema brasileiro desde a chamada Retomada da produção nacional na década de 1990. O filme foi (e ainda é) o foco de inúmeros debates críticos e polêmicas sobre um possível tratamento “cosmético” e espetacularizante da violência no cinema, traço visto como um abandono dos princípios éticos da “Estética da Fome” proposta por Glauber Rocha e marca formal do Cinema Novo. A violência proposta pela “Estética da Fome” cinemanovista sugeria, ao contrário da “cosmética da fome” de parte dos filmes da “Retomada”, um modo de representação da realidade social brasileira que pretendia, simbolicamente, “violentar a percepção, os sentidos e o pensamento do espectador, para destruir os clichês sobre a miséria: clichês sociológicos, políticos, comportamentais” (BENTES, 2003). A ideia da “Estética da Fome” era incorporar à imagem fílmica a própria carência material do tema abordado, ou seja, para representar o subdesenvolvimento do Terceiro Mundo, era necessário violentar o olhar do colonizador, utilizando a “estética faminta” como um equivalente à fome material e simbólica das sociedades colonizadas.

A reação da crítica quanto à possível “espetacularização/glamourização da violência” em *Cidade de Deus* se deu justamente pelo aspecto formal do filme, que apresenta elementos estéticos do gênero videoclipe, como o uso de imagens “sujas” e desfocadas, montagem acelerada, fusão de contrários (preto-branco, profissional-amador), dentre outras estratégias discursivas da imagem massiva (MACHADO, 2000, p. 177). Ainda assim, *Cidade de Deus* é um marco representativo do cinema contemporâneo brasileiro, tanto por suscitar discussões sobre “a nova cara” do cinema e da sociedade do País, como também por se tratar de uma produção que angariou grande visibilidade no circuito cultural internacional.

O sucesso do filme, que recebeu diversas premiações e quatro indicações ao Oscar (melhor diretor, melhor roteiro adaptado, melhor edição e melhor fotografia), gerou uma 2ª edição do livro revista pelo autor e agora “influenciada de volta” pelo filme. *Cidade de Deus* ainda desencadeou outros trabalhos associados, como a minissérie *Cidade dos Homens*, que também rendeu um filme homônimo, além de versões em histórias em quadrinhos (as quais são apenas citadas aqui, pois não houve acesso) expandindo também seu “universo intertextual” em outro gênero midiático, como o videoclipe *Minha Alma*, da banda O Rappa, grupo bastante conhecido por letras que denunciam os problemas sociais do País e se conecta, por afinidades temáticas, ao campo discursivo no qual romance, filme e minissérie se situam.

O videoclipe da canção *Minha Alma* foi dirigido coletivamente, não por acaso, pela codiretora do filme, a cineasta Kátia Lund, por Breno Silveira e Paulo Lins. Conta a história de meninos da favela que são confundidos com ladrões no “asfalto”, o que desemboca numa situação de explosão de muita violência no que parecia ser mais um dia comum na relação ambivalente entre a favela e o asfalto na “Cidade Partida”. O menor entre os personagens do videoclipe, chamado ironicamente de “Gigante”, assiste ao confronto entre a população indignada e a força policial assustado e sem entender os motivos de tanta violência. O videoclipe incorpora elementos da estética e da estrutura narrativa da versão cinematográfica de *Cidade de Deus*, porém não se configura como adaptação da sua história, mas antes como expansão dos universos romanesco e filmico da “série *Cidade de Deus*”. O videoclipe também levou vários prêmios em diversas categorias do Video Music Brasil (VMB), entre eles o de videoclipe do ano, melhor fotografia e melhor edição.

O videoclipe *Minha Alma* terá nesta análise um lugar destacado, pois os outros pontos do universo *Cidade de Deus* (tratado daqui por diante também como CDD) já foram mais analisados. A ênfase no videoclipe tem como função ampliar o universo das interpretações em torno de CDD. Portanto, para entender melhor o videoclipe, como um segmento de tal universo, é necessário comentar, mesmo que de forma resumida, livro, filme e minissérie, embora estes não sejam os principais textos analisados aqui. É importante ressaltar que este trabalho enfoca a narrativa transmídia em *Cidade de Deus* sob o ponto de vista da convergência de linguagens entre os conteúdos, isto é, procura demonstrar como o videoclipe se conecta às outras produções formando um todo, a partir do movimento de aproximação de aspectos temáticos e formais entre estes conteúdos.

Portanto, o problema reside em compreender de que modo o videoclipe *Minha Alma* participa da ampliação do universo transmidiático de *Cidade de Deus*. Com base na percepção conceitual acerca do tema desta monografia, podemos afirmar que ao trabalhar com elementos estéticos e de linguagem (“câmera na mão”, planos rápidos, cortes secos, efeitos-clipe etc.) dentro da temática abordada, (crime, favela, violência) o videoclipe *Minha Alma* transcodifica e reinterpreta a narrativa de *Cidade de Deus*, ampliando o seu universo transmidiático (JENKINS, 2009; HUTCHEON, 2011; MACHADO, 2000).

Desse modo, esta monografia tem como objetivo principal compreender de que modo o videoclipe *Minha Alma*, da banda O Rappa, participa da ampliação do universo transmidiático junto às outras produções referentes à *Cidade de Deus*. Para isto, é preciso o diálogo com os conceitos de narrativa transmídia, convergência dos meios de comunicação, transcodificação, reinterpretação, entre outros, além de apresentar as produções que integram a “série CDD” e perceber os elementos de ligação entre elas para a formação do universo transmidiático.

Sendo assim, a metodologia mais apropriada para o desenvolvimento desta monografia é a pesquisa bibliográfica, que, segundo Santos (apud OLIVEIRA, 2003, p. 69), “é uma modalidade de estudo e análise de documentos de domínio científico tais como livros, enciclopédias, periódicos, ensaios críticos”. Deste modo, a pesquisa bibliográfica corresponde às pretensões desta monografia por não haver a necessidade de ir ao encontro dos fatos de forma empírica por conta da ausência de campo, concentrando a análise nas contribuições teóricas.

Esta monografia compreende três capítulos teóricos, sendo o primeiro uma revisão bibliográfica dos ensaios *Cultura da Convergência* (2009), de Henry Jenkins, principal referência do conceito de narrativa transmídia e, portanto, principal “parceiro” teórico deste trabalho, e *Uma Teoria da Adaptação*, de Linda Hutcheon (2011), estudiosa contemporânea das variadas formas de adaptação, que contribui trazendo a discussão sobre adaptações a partir de um ponto de vista mais amplo.

Henry Jenkins se debruça sobre os aspectos sintomáticos da cultura da convergência, colocando a relação dos indivíduos com a convergência dos meios de comunicação no centro da discussão, na qual, de um lado, está a indústria do entretenimento e uma nova configuração na produção de conteúdos midiáticos, visando a ampliação das formas de lucros, e, de outro lado, os consumidores desses conteúdos, que se comportam agora de forma mais exigente e

participativa em relação ao que consomem. Dentro dessa nova lógica, surgiu o que o autor denomina “narrativa transmídia”, uma forma narrativa recente que consiste na construção de um “universo” através da expansão da história por diversos canais, com cada parte contribuindo para o todo.

O ensaio de Linda Hutcheon, *Uma Teoria da Adaptação* (2011), traz um olhar mais nuançado e complexo sobre a adaptação enquanto produto e processo, defendendo a libertação da adaptação dos clichês como a questão da “fidelidade” à obra “primeira”. A autora também estende seu estudo além da habitual transmutação do romance para o filme, ao demonstrar as várias possibilidades de adaptar uma obra de acordo com que ela chama de “modos de engajamento (mostrar, contar e interagir)”, explicitando as mudanças e diferenças que ocorrem na passagem de um modo ao outro.

O segundo capítulo traz de forma expositiva as produções que fazem parte do “universo *Cidade de Deus*”: o romance e filme homônimo *Cidade de Deus*, a minissérie e filme homônimo *Cidade dos Homens*, os videoclipes *Minha Alma*, da banda O Rappa e *That’s my way*, do rapper Edi Rock, procurando compreender a relevância das obras, o impacto sobre os cenários literário, cinematográfico e televisivo do País, além das críticas, influências sobre outras produções, premiações, tudo para que possamos abarcar a especificidade da narrativa transmidiática de *Cidade de Deus*.

O terceiro e último capítulo se detém na análise do videoclipe *Minha alma*, de O Rappa, como parte integrante do universo transmidiático de CDD. O capítulo trata da teorização do gênero videoclipe através dos estudos de nomes como Arlindo Machado (2000), que em seu livro *A televisão levada a sério*, mais precisamente no capítulo *A reinvenção do videoclipe*, dedica-se à evolução do gênero, que foi da mera promoção comercial de artistas a espaço de livre experimentação estética. Ademais, a análise centra-se na observação dos elementos estéticos e temáticos contidos no videoclipe *Minha Alma*, lendo-o como ampliação da narrativa de CDD em relação a outras produções que compõem sua série, com a contribuição teórica dos autores revisados no primeiro capítulo.

2. CONVERGÊNCIAS NA CULTURA DO ENTRETENIMENTO

No mundo atual, dispomos de uma gama de recursos, plataformas e meios conectivos que possibilitam e intensificam a comunicação e, sobretudo, o consumo de entretenimento em qualquer parte do mundo e a qualquer hora. Graças aos rápidos avanços tecnológicos no setor da comunicação, indivíduos podem fazer ligações, acessar a internet, baixar músicas, assistir a filmes e ler *e-books*, utilizando apenas um aparelho, como um telefone celular ou um *tablet*. Por conta dessa junção de funções, fala-se bastante em convergência dos meios de comunicação. Porém, a convergência representa muito mais que uma evolução tecnológica, como demonstram os estudos de Henry Jenkins (2009), professor e diretor do Programa de Mídia Comparada do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT).

Em seu livro *Cultura da Convergência* (2009), Jenkins esclarece os equívocos cometidos quando se imaginava que, com a revolução digital, as novas mídias substituiriam as antigas. Pelo contrário, velhas e novas mídias passaram a interagir de forma cada vez mais complexa, possibilitando mudanças nos padrões de propriedade dos meios de comunicação e alterando o modo como a sociedade se relaciona com estes na “era da convergência”. Dessa maneira, o autor demonstra que não se pode falar em convergência sem atentar para questões culturais, sociais, políticas e mercadológicas, além de se fazer necessário também lançar o olhar sobre os atores envolvidos nesse processo: as empresas de comunicação e os consumidores dos conteúdos midiáticos. Jenkins define “convergência” como o “fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos”, os quais circulam numa rede de “cooperação entre múltiplos mercados midiáticos” e estão marcados, também, pelo “comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam” (2009, p. 29). Assim, a convergência teria a ver com uma transformação no modo de produzir e consumir entretenimento. Seria, grosso modo, um processo que envolve os interesses da indústria midiática em expandir seus negócios, fazendo com que empresas de ramos distintos como cinema e videogames produzam conteúdos conjuntamente para diferentes canais, a exemplo do que ocorreu com as “franquias” *Matrix* e *Star Wars*.²

²*Matrix* e *Star Wars* são experiências transmidiáticas que abarcam filmes, séries, jogos, etc. que atraem e possibilitam o envolvimento do público. No caso de *Star Wars*, muitos fãs chegaram a criar suas próprias versões da saga em vídeos amadores.

A busca por empreendimentos nesse sentido se deve à formação de um público cada vez mais exigente e munido de opções, um tipo de consumidor migratório, ativo e ávido por participar de forma mais efetiva (às vezes, da produção) daquilo que consome. Exemplos disso são as comunidades de fãs das franquias que compartilham experiências, sugestões e críticas, discutem sobre episódios de suas séries preferidas, além de produzirem *fan fiction* (ficção de fã) relacionada às histórias das séries, filmes e jogos, como aponta Jenkins. Desse modo, as empresas produtoras de conteúdos e entretenimento massivo, seguindo o modelo de outros ramos da produção globalizada, são hoje também chamadas de “corporações midiáticas” ou “mídia corporativa”, que se espriam em diversos setores, enquanto os consumidores integram “a mídia alternativa”.

A força da “mídia alternativa” impôs às empresas midiáticas o investimento em produções que possibilitem uma participação efetiva do público. Os *Reality shows* são exemplos de programas interativos de sucesso nesse sentido, a exemplo de *Survivor* (2000) e *American Idol* (2002). No primeiro, os participantes concorrem a US\$ 1 milhão passando por diversas provas para tentar “sobreviver” em ilhas exóticas. No segundo, aspirantes a cantores se apresentam e a cada semana um deles é eliminado por votação do público. O vencedor grava um disco e recebe apoio promocional.

Nos dois casos, podemos considerar a movimentação do público decisiva para o rumo dos programas. Alguns fãs de *Survivor* são também conhecidos como *spoilers* (“estraga prazer”), pois se reúnem em comunidades *online* para descobrir e compartilhar informações do *reality*, estragando as surpresas antes que o novo episódio vá ao ar, desafiando a capacidade da produção em arquitetar maneiras de manter os segredos do programa a salvo. Já em *American Idol*, no percurso dos participantes que conseguem permanecer no programa ao longo das eliminatórias, é estabelecido um laço de afinidade, empatia e lealdade do público para com eles, surgindo assim os fã-clubes dos candidatos e os esforços para tentar mantê-los até o final.

Por conta dessa relação com o público receptor, esses tipos de programa têm recebido a atenção de anunciantes que procuram investir na chamada “economia afetiva”, a qual consiste numa estratégia de *marketing* voltada para o envolvimento emocional do público com a marca. Por conta da crescente influência do gosto dos consumidores sobre a programação midiática, os profissionais da publicidade têm trabalhado no sentido de construir uma relação de fidelidade com os consumidores, ao transformar seus desejos em mercadoria,

unindo, num mesmo “pacote”, os propósitos da indústria do entretenimento, a lealdade ao produto midiático e a marca que o patrocina. Assim, as empresas patrocinadoras de produções como *Survivor* e *American Idol* procuram transferir o envolvimento emotivo do público com o programa para o valor das marcas. Para alcançar tal feito, é importante que a marca esteja vinculada de forma expansiva ao maior número possível de plataformas de mídia, como afirmou o presidente da Coca-Cola, Steven J. Heyer na abertura da conferência Madison + Vine (HEYER apud JENKINS, 2009, p. 104).

Além da presença nos diversos pontos de distribuição, a publicidade também está inserida nas chamadas “comunidades de marca”, que servem para manter uma aproximação ainda maior dos consumidores, ao proporcionar um “ambiente” no qual possam conhecer melhor a marca, atraindo pessoas para influenciar suas decisões de compra. Isto significa que profissionais da publicidade estão incorporando seus interesses à inteligência coletiva. Pierre Lévy, em seu livro *A inteligência coletiva. Por uma antropologia do ciberespaço*, fala a respeito a um tipo de inteligência “distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências” (LÉVY, 2000, p. 28), ou seja, o que cada sujeito sabe é importante, e, portanto, valorizado, utilizando o ciberespaço como o “espaço móvel das interações entre conhecimentos e conhecedores de coletivos inteligentes desterritorializados” (idem, p. 29).

Contudo, há outro lado da convergência entre publicidade e indústria midiática que deve ser considerado. Segundo Jenkins, a forte vinculação emocional aos conteúdos e marcas também pode gerar reviravoltas, pois os consumidores mais envolvidos podem se sentir contrariados com a postura da produção de programas como os citados acima. No caso de *American Idol*, os fãs não se mantiveram apáticos diante de situações como o congelamento das linhas telefônicas nos momentos de voto, ou mesmo da intencionalidade questionável nas opiniões dos jurados na tentativa de moldar o gosto do público, circunstâncias que enfraqueceram a credibilidade do *reality*. Diante disto, muitos fãs irritados reclamaram em comunidades *online* sobre a possível manipulação dos resultados, chegando à criação de um grupo chamado *Vote nos Piores*, orientado para manter candidatos “ruins” o máximo de tempo no programa. A ideia era criticar a manipulação exercida em *American Idol*. Conflitos como este prejudicam não apenas a indústria do entretenimento, mas também os anunciantes, quando a vontade do público é contrariada. Este pode utilizar as comunidades de marca para reagir coletivamente à postura de ambos. Como afirma Jenkins,

Se a retórica das “lovemarks” enfatiza as atividades e os investimentos do público como uma fonte fundamental do valor das marcas, então a comunidade de consumo pode muito bem responsabilizar as corporações pelo que fazem em nome dessas marcas e por sua (falta de) receptividade às exigências do consumidor (2009, p. 133).

Como visto, as implicações trazidas pela era da convergência estão longe de serem resolvidas de modo simples. O relacionamento entre a indústria da mídia e os consumidores é por vezes conturbado, pois nem sempre os interesses de ambos se encontram em consonância. Como Jenkins demonstra, de um lado, estão as empresas que temem uma reação desfavorável do público a determinado conteúdo, além do receio de perder o domínio da propriedade intelectual dos seus produtos por conta das crescentes histórias alternativas criadas pelos fãs; de outro, há o público de consumidores, que já não se contenta com uma recepção passiva do entretenimento. Além disso, há divergências também no interior de cada lado. Isso ocorre, por exemplo, quando empresas midiáticas de segmentos distintos, ao trabalhar em conjunto, temem perder o controle criativo de seus produtos, além da dificuldade de adaptação a uma dinâmica de produção diferente de gênero para gênero.

No âmbito dos consumidores, por vezes, ocorrem desentendimentos entre participantes das comunidades *online* destinadas a fãs, quando algum deles não respeita regras internas ou “se excede”, como aconteceu em *Survivor*. Como dito anteriormente, os *spoilers* de *Survivor* movimentam comunidades *online* compartilhando pistas sobre locações, possíveis participantes, além de tentar detectar informações falsas plantadas pela produção do *reality* para tentar despistá-los. Tal processo é conhecido como *spoiling*.

Segundo Pierre Lévy (2000), o conhecimento é a arma mais valiosa da atualidade. Ele não se refere ao saber no sentido estritamente cognitivo, ou aquele reservado apenas às elites, mas ao “saber viver” (2000, p. 28), isto é, o saber absorvido no cotidiano ao longo da vida e compartilhado ao máximo pelos sujeitos. Dessa forma, ninguém tem o domínio de todo o conhecimento, mas cada um dá o melhor daquilo que sabe. Portanto, com os “intelectuais coletivos” as pessoas “comuns” ganham voz. Isto por que os sujeitos do espaço do saber (o espaço antropológico que abriga a inteligência coletiva) podem adquirir (apenas dentro desse espaço) tantas identidades quanto desejarem, como num videogame, no qual mergulham num “território imaginário” (idem, p. 134). Assim, os indivíduos sentem-se à vontade para discutir interesses mútuos diversos. Esse movimento de construção de um mosaico do saber ocorre através da dinâmica do *spoiling* em *Survivor*.

Na sexta temporada da série, a súbita chegada do *spoiler* ChillOne mudou o rumo de uma das mais famosas comunidades de fãs de *Survivor* – assim como o de outras comunidades, por conseguinte: a *Survivor Sucks*.³ Nessa comunidade, ChillOne postou aos poucos informações aparentemente “privilegiadas” sobre *Survivor: Amazon*, deixando os participantes, mais conhecidos como *sucksters*, entre a excitação e a desconfiança. ChillOne disse ter conseguido informações como nomes de integrantes, até mesmo dos finalistas, numa viagem de férias ao Brasil, oportunidade em que conheceu o hotel onde a produção do programa teria se hospedado, na Amazônia. Do momento em que postou as primeiras informações em diante, começou o alvoroço entre os participantes para saber se as informações de ChillOne eram realmente verdadeiras ou seria mais uma brincadeira da produção, de algum ex-participante ou um *spoiler* “novato” procurando apenas chamar a atenção.

Mesmo com algumas falhas detectadas, a maioria das informações compartilhadas pelo *spoiler* misterioso ChillOne estava correta. Por conta disto, alguns *sucksters* chegaram a cogitar a ideia de que ele seria Mark Bunnet, produtor do programa, ou um de seus parceiros. As especulações continuaram por toda a temporada, com toda a comunidade voltada para ChillOne. Porém, ninguém descobriu quem realmente era ChillOne, nem como ele conseguiu informações tão valiosas. Como já foi dito, o objetivo dos *spoilers* é conseguir desvendar os segredos de *Survivor* unindo o máximo de pistas possível. Porém, talvez ChillOne tenha “estragado” as surpresas do programa de forma brusca ao dar todas as respostas, minando a diversão dos outros *spoilers* em descobrir os segredos de *Survivor* aos poucos.

Outros exemplos dessa “cultura da divergência” no interior da “convergência” estão em algumas camadas conversadoras que consideram a evolução no modo de interagir com os meios algo nocivo para a sociedade. De acordo com o autor, algo desse tipo aconteceu quando um grupo de religiosos tentou impedir o estímulo à leitura dos livros de *Harry Potter* pelas escolas, bibliotecas e livrarias, por considerarem as histórias do jovem bruxo um convite às “atividades de ocultismo” (2009, p. 267). Por conta de circunstâncias como esta, Jenkins afirma que a convergência não é uma transformação que deve ocorrer facilmente, mas demanda uma longa transição, que pode ter consequências imprevisíveis mas é inevitável, pois todos já estamos vivendo tal realidade. Segundo ele,

³“Survivor é uma droga”. A comunidade é formada por fãs “não confessos” de *Survivor*.

a convergência representa uma mudança no modo como encaramos nossas relações com as mídias. Estamos realizando essa mudança primeiro por meio de nossas relações com a cultura popular, mas as habilidades que adquirimos nessa brincadeira têm implicações no modo como aprendemos, trabalhamos, participamos do processo político e nos conectamos com pessoas de outras partes do mundo. (JENKINS, 2009, p. 51).

No caso das comunidades referentes às franquias citadas neste trabalho, o público consome (e também produz) entretenimento, fazendo uso recreativo da inteligência coletiva no ambiente virtual. Essa maneira de pensar e produzir saber no ciberespaço faz com que os indivíduos utilizem esse espaço para também discutir outras questões como a política. Ao analisar as ações de mobilização política da “mídia alternativa” na época da campanha presidencial americana de 2004, Jenkins demonstra como recursos do entretenimento foram incorporados ao ativismo político como forma de “diversão séria”. São exemplos disto: o uso de vídeos virais satíricos na internet sobre a urgência em “demitir” o presidente George W. Bush como se ele fosse um concorrente em *O Aprendiz*; o uso da internet junto à mídia tradicional para fortalecer candidatos, numa interação dos dois tipos de poder midiático; blogueiros fazendo *spoiling* do governo americano, em busca de informações que geralmente são encobertas pela mídia comercial ou pessoas de todas as idades “brincando de fazer política” em *Alphaville*, cidade fictícia que faz parte do jogo *The Sims Online* (idem, p. 309).

Esse tipo de atitude revela o que Lévy reconhece como “um uso maciço das técnicas digitais de simulação, de acesso à informação *em tempo real* e de comunicação interativa [que] pode se revelar muito útil, *entre as mãos de todos os cidadãos*” (2000, p. 62). Dessa maneira, a democracia ideal acontece de forma “direta”, utilizando o ciberespaço para que os intelectuais coletivos atuem através de “um discurso plural, sem passar por representantes” (idem, p. 65), trabalhando em conjunto para procurar soluções e melhorias para a vida coletiva. Os exemplos dados por Jenkins representam uma iniciativa nesse sentido, porém, ainda cheia de erros e desvios. Por isso, ele concorda com Lévy quando assinala que o desenvolvimento da cultura do conhecimento está na fase da “aprendizagem” (JENKINS, 2009, p. 320).

Como visto, a convergência dos meios de comunicação inaugurou uma forma de distribuir conteúdos bastante lucrativa para as corporações midiáticas, que puderam ampliar mercados e estabelecer uma aproximação vantajosa com o público. A partir desse movimento, emergiu, como sintoma dessa cultura da convergência, o que Henry Jenkins denomina de

“narrativa transmídia”, a qual consiste na criação de um universo narrativo cuja expansão plena depende do empenho dos consumidores. Tal “gênero narrativo” teria mais a ver com a experiência de recepção da narrativa sintonizada com a era da convergência, pois funciona através do fluxo de conteúdos por diversos canais, que trazem novas informações e possibilidades quanto maior seja a busca do público pelo aprofundamento da história. Nas palavras do autor, “uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (JENKINS, 2009, p. 138). Com a narrativa transmídia, os consumidores passaram a atuar como “caçadores de informações”, chaves de compreensão e articulação das tramas, à procura de pedaços da história para compartilhar com amigos, discutir em comunidades de fãs *online*, tornando a experiência narrativa mais rica e compartilhada por uma “inteligência coletiva”.

Com certeza, o fenômeno midiático *Matrix* é o exemplo mais ousado entre as iniciativas nesse sentido, sendo a franquia que mais exigiu dos consumidores entre as produções transmidiáticas. De acordo com Jenkins, o primeiro filme, *Matrix*, trouxe um mundo paralelo em constante tensão entre realidade e ilusão, com corpos humanos ligados a máquinas enquanto suas mentes trafegam em meio a um mundo digital. Um lugar onde o protagonista Neo (Keanu Reeves) luta junto ao movimento de resistência Zion para destruir os “agentes”, que tentam moldar a realidade ao seu bel prazer.

Na dinâmica da narrativa transmídia, “cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romance e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões” (JENKINS, 2009, p. 138). Assim ocorre em *Matrix*. Além da sequência com outros dois filmes após o original – *Matrix Reloaded* (2003) e *Matrix Revolution* (2003) –, integram a franquia histórias paralelas em curtas de animação exibidos na internet (*Animatrix*; *The Second Renaissance*; *Final Flight of The Osiris*), videogames (*Enter the Matrix* e um jogo *multiplayer online*), uma série em quadrinhos; todos desenvolvidos por profissionais renomados nas respectivas áreas. Cada detalhe foi estrategicamente pensado pelos idealizadores, os irmãos Wachowski, para estimular os consumidores na busca por informações em toda a parte. As pistas, segredos e complementos que movimentam a história encontram-se espalhadas pelos diferentes canais, o que explica a sensação de perplexidade daqueles que assistiram apenas aos filmes. Os consumidores que não agem como “caçadores” de informações não têm dimensão, por exemplo, da importância que os personagens secundários dos filmes assumem em outras plataformas, como a atuação

de Niobe no jogo *Enter the Matrix*. Por vezes, as ações que se passam nos filmes de *Matrix* estão intimamente ligadas a missões realizadas nos jogos ou nos curtas de animação e vice-versa. Por conta disso, os espectadores desavisados podem não compreender a real função desses personagens de modo mais amplo.

Portanto, movidos pela curiosidade em tentar desvendar os crescentes segredos em torno de *Matrix*, diversos consumidores juntaram-se em comunidades de fãs e listas de discussão, reunindo pistas, acumulando referências, produzindo *fan fiction*. Porém, toda a movimentação do público foi gradativamente enfraquecida diante do labirinto interminável criado pelos Wachowski. Por esse motivo, *Matrix* foi alvo da depreciação de críticos sob a acusação de falta de autonomia e desconexão entre as partes. Contudo, Jenkins afirma que ainda não há possibilidade de precisão na avaliação da crítica e dos consumidores, nem mesmo na produção de narrativas desse tipo, justamente pela sua condição de novidade.

Não há ainda uma “receita” para o melhor modo de desenvolver uma narrativa transmídia. Logo, apesar das falhas, *Matrix* foi uma empreitada louvável, sobretudo pela ousadia dos seus idealizadores em tornar uma história algo tão grandioso e rentável. A iniciativa dos irmãos Wachowski serviu de estímulo para o investimento do mercado midiático em melhores formas de trabalhar narrativas transmidiáticas, principalmente quanto à integração dos diversos segmentos midiáticos, pois os idealizadores de *Matrix* souberam usufruir do talento dos seus parceiros com a preocupação de construir um “universo” esteticamente rico e consistente, pois, como o autor ressalta, a dificuldade em produzir conteúdos transmidiáticos reside, especialmente, na grande competição que ocorre entre as unidades no interior dos conglomerados da mídia, dificultando o desenvolvimento do trabalho, sendo que toda produção transmidiática requer uma maior coordenação entre os setores para um resultado coeso.

De acordo com o autor – como visto no exemplo de *Matrix* – alguns críticos de cinema tem demonstrado dificuldade e até mesmo certa antipatia por esta forma contemporânea de contar histórias, apregoando até mesmo o colapso da narrativa. Porém, o que está havendo na verdade são mudanças no modo como as histórias são compartilhadas no mundo pós-moderno, acompanhando uma tendência contemporânea de produzir modos extensivos e descentralizados de relacionamentos dos sujeitos com as narrativas. Portanto, para compreender plenamente as obras transmidiáticas, é necessário deter o mínimo de conhecimento sobre os diferentes suportes midiáticos que integram suas possibilidades. Dessa

maneira, uma experiência transmidiática requer esforço e pesquisa, um tipo de atenção não exigida pelas narrativas lineares, isto é, um envolvimento profundo do público na história, o que representa também um desafio para as empresas de entretenimento, que devem trabalhar de forma cooperativa, unindo profissionais de diversos segmentos da comunicação para a criação de um universo transmidiático que ofereça uma experiência satisfatória ao público.

Para melhor compreender a novidade da narrativa transmidiática em relação às narrativas tradicionais, podemos considerar as contribuições de André Gaudreault e François Jost, no livro *A narrativa cinematográfica* (2009), e, comparativamente, entender os desdobramentos da narrativa midiática no momento da transmídia. No capítulo *Cinema e Narrativa*, os autores amparam-se nos critérios de Christian Metz (1968) para “reconhecer” as características de uma narrativa. Segundo eles, um dos critérios de demarcação de uma narrativa (e que nos interessa aqui) é aquele que afirma que toda narrativa tem necessariamente um começo, um meio e um fim, numa unidade mais ou menos “fechada”. E continuam afirmando,

que o final seja suspensivo ou cíclico, isso não muda em nada a natureza da narrativa como objeto: todo livro tem uma última página; todo filme, um último plano, e é somente na imaginação do espectador que os heróis podem continuar a viver. (GAUDREULT e JOST 2009, p. 32).

Dessa forma, ainda que os autores atentem para a existência de histórias que sugerem sequências, segundo o critério acima, toda narrativa é “fechada”, enquanto que a narrativa transmídia não pode ser reconhecida de tal forma por sua “vocaçãõ” a ser aberta, expansiva, tentacular e articulada em diversos suportes e mídias. Segundo Jenkins, “estamos descobrindo novas estruturas narrativas, que criam complexidade ao expandirem a extensão das possibilidades narrativas, em vez de seguirem um único caminho, com começo, meio e fim” (2009, p. 170).

Franquias como *Matrix*, *O Senhor dos Anéis* e *Star Wars* são exemplos de experiências transmidiáticas, em que as histórias não se encerram nas sequências cinematográficas, pois são complementadas e suplementadas em outros suportes como livros, videogames, quadrinhos, *websodes* (episódios para a internet), assim como nas produções independentes elaboradas pelos fãs em grupos *online*.

Um exemplo singular e “mais próximo” desse tipo narrativo encontra-se em *Cidade de Deus*, objeto principal desta monografia. A “série CDD” surgiu primeiramente como romance, escrito por Paulo Lins, adaptado para o cinema através dos olhares de Fernando Meirelles e Kátia Lund. Aos poucos, o que seria uma “adaptação” rotineira de um romance para as telas do cinema foi se tornando um “todo”, um universo expandido que pode ser experimentado, além do romance e do filme, em histórias em quadrinhos, na minissérie *Cidade dos Homens*, que rendeu um filme homônimo para o cinema, e nos videoclipes (*Minha Alma*, de O Rappa, e *That’s my way*, do rapper paulista Edi Rock), conforme comentaremos nos capítulos seguintes.

Contudo, de início, não havia, por parte dos produtores e diretores, a pretensão de formar um universo transmidiático a partir da história de *Cidade de Deus*, como ocorreu no processo de produção do universo *Matrix*, por exemplo. Tudo começou, em CDD, como uma adaptação “comum”, a qual não deixa de ser, mesmo que reduzidamente, uma expansão e uma ampliação de universo, já que a tradução de um romance para outra linguagem implica mais em acréscimos de diferenças do que na improvável pretensão à “fidelidade” do filme ao romance. De acordo com Linda Hutcheon, em *Uma teoria da adaptação* (2011), adaptar consiste (como produto) numa “transposição anunciada e extensiva de uma ou mais obras em particular” (HUTCHEON, 2011, p. 29), isto é, uma obra transcodificada de um texto anterior que, conforme a autora, pode implicar numa mudança de mídia, gênero e/ou contexto no momento da transmutação. Portanto, uma adaptação é uma obra de natureza dupla, pois se encontra em constante diálogo com o seu texto anterior.

Se conhecemos esse texto anterior, sentimos constantemente sua presença pairando sobre aquele que estamos experienciando diretamente. Quando dizemos que a obra é uma adaptação, anunciamos abertamente sua relação declarada com outra(s) obra(s) (HUTCHEON, 2011, p. 27).

Em seu livro, Hutcheon faz questão de desconstruir a visão depreciativa que existe na definição “comum” da adaptação, que acontece justamente por esta última ser um “segundo” texto. Logo, a autora afirma que “ser um segundo não significa ser secundário ou inferior; da mesma forma, ser o primeiro não quer dizer ser originário ou autorizado” (2011, p. 13.). Adaptações de obras literárias para o cinema são comumente consideradas como inferiores por conta da “riqueza de sentido” da literatura que, supostamente, resulta na “simplificação

demasiada” inerente ao audiovisual. Dessa forma, a insistente hierarquização entre mídias como literatura e cinema, na verdade uma antiga divisão entre “alta cultura” e “cultura de massa”, põe as adaptações como obras “secundárias”, “infiéis”, “desaturizadas” e “menores”. Porém, como a autora afirma, adaptações não devem ser encaradas como cópias, mas experienciadas como recriações, reinterpretações e, podemos acrescentar, “expansões do universo” de outros textos. Entretanto, as adaptações exercem atração pelo conforto do reconhecimento na recepção, isto é, a sensação de afinidade com a adaptação através da obra ali reconhecida. Justamente por este motivo, é grande o apelo financeiro por conta do potencial de “credibilidade” ao adaptar obras literárias canonizadas ou mesmo *best-sellers*. A autora ressalta ainda que essa questão da “fidelidade” dificilmente vem à tona quando a obra adaptada é um sucesso de público, principalmente, se esta permanecer no mesmo gênero e na mesma mídia quando adaptada.

Hutcheon estabelece três modos possíveis de engajamento com as adaptações: *contar*, *mostrar* e *interagir*. O modo *contar* está obviamente relacionado às mídias impressas (romances, contos), enquanto o *mostrar* diz respeito às mídias performativas (filmes, peças teatrais, óperas); o modo *interagir* refere-se a mídias que demandam participação física (videogames, parques temáticos). Esses modos oferecem diferentes graus de “imersão”. Com o livro fazemos uma viagem através da imaginação; o filme proporciona uma imersão visual e auditiva, enquanto o jogo de videogame aciona a dimensão física e de atuação. É claro que essas tipologias não são estanques e existem entre elas pontos em comum, já que a ideia de “viagem através da imaginação” atravessa todas essas experiências, além da imersão visual do filme ser também uma experiência “física”, “emotiva” e de interação, como acontece, com mais intensidade é claro, no terceiro modo indicado por Hutcheon.

É notório que o pensamento de Linda Hutcheon aproxima-se das ideias de Henry Jenkins no que se refere às formas contemporâneas de contar histórias, principalmente quando ela trata do prazer no reconhecimento de elementos “palimpsésticos”, isto é, signos e pistas que remetem diretamente a outros textos e ilustram diferentes possibilidades de interação com as obras. No ensaio, a autora também discorre acerca da atração exercida pelas franquias em relação ao público pelo “repropósito”, ou seja, o desejo de continuação pela familiaridade com a história.

Quanto à recepção da obra adaptada, a autora afirma que “para experienciar uma adaptação como adaptação, como visto, precisamos reconhecê-la como tal e conhecer seu

texto adaptado, fazendo com que o último texto oscile em nossas memórias junto com o que experienciamos” (HUTCHEON, 2011, p. 166). Dessa forma, está presente na adaptação “como adaptação” tanto o reconhecimento daquilo que remete ao outro texto, quanto a oscilação que faz com que o novo “texto” traga algo de diferente, tornando-o independente para que possa ser compreensível sem contato anterior com a obra adaptada. Logo, quanto maior o conhecimento sobre as obras e suas adaptações, maior a percepção do que oscila e do que é familiar, tornando mais rica a experiência narrativa.

É importante salientar que este movimento de reconhecimento e oscilação, para perceber “a adaptação como adaptação”, não deve ser encarado de forma hierárquica, podendo ocorrer do livro para o filme, assim como também do modo contrário. Evidentemente, este movimento se dá para aqueles que são “conhecedores” das obras. Hutcheon atenta ainda para o ato do público de preencher naturalmente lacunas encontradas nas adaptações através dos textos adaptados. Por contar exageradamente com isso, algumas adaptações tornam-se incompreensíveis sem o conhecimento do texto adaptado, prejudicando o entendimento do público “desconhecedor” da obra adaptada. Os “desconhecedores” recebem a obra como qualquer outra, sem as relações anteriores; por isso, o ideal é que as adaptações sejam compreensíveis o bastante (a questão da autonomia tratada anteriormente) para os desconhecedores.

Segundo a autora, o conhecimento prévio do público acerca da obra cria expectativas quanto à adaptação, e são estas expectativas as causadoras do desafio do adaptador em relação a este público. A responsabilidade aumenta quando se trata de obras muito famosas e canonizadas, pois a decepção dos fãs pode ser ainda maior, caso suas expectativas não sejam correspondidas. Além disso, é preciso atentar para a questão das expectativas no que se refere aos modos de engajamentos (mostrar, contar, interagir), pois cada modo implica exigências e expectativas distintas. O espectador assíduo de óperas tem expectativas diferentes de um cinéfilo ou um jogador de videogame, por exemplo. Desse modo, por uma questão de familiaridade com as particularidades conceituais de um gênero específico, o público habituado à história (numa peça teatral) pode não gostar dela, ou mesmo não compreendê-la quando adaptada para outro gênero (um filme). A passagem de uma mídia para outra implica mudanças que exigem conhecimento das especificidades de cada modo de engajamento. Como Hutcheon assinala, “o domínio dos gêneros e da linguagem midiática pode ser crucial para a compreensão das adaptações *como adaptações*” (HUTCHEON, 2011, p. 173). Contudo, a autora afirma que, mesmo que um indivíduo não possua o conhecimento que lhe

proporcione a “duplicidade palimpséstica” de uma adaptação, ele pode experimentar a obra “em si mesma” simplesmente, já que “até mesmo as adaptações devem se manter independentes” (2011, p. 174).

Basicamente da mesma forma que Hutcheon, Jenkins também coloca como uma das características da narrativa transmídia justamente a questão da autonomia entre os canais de acesso à franquia, para que estes possam ser experimentados individualmente, cada um somando algo de novo ao universo. “A redundância acaba com o interesse do fã e provoca o fracasso da franquia. Oferecer novos níveis de revelação e experiência renova a franquia e sustenta a fidelidade do consumidor” (JENKINS, 2009, p. 138). Assim como Jenkins, Hutcheon também percebe as motivações comerciais da indústria do entretenimento com interesse por histórias que fluem por diferentes canais.

As multinacionais que hoje têm estúdios cinematográficos já possuem os direitos para histórias em outras mídias, para que dessa forma possam reciclá-las para os *videogames*, por exemplo, e depois comercializá-las em suas estações televisivas. (THOMPSON apud HUTCHEON, 2011, p. 26).

Hutcheon coloca como formas de adaptação muitas das mídias e gêneros que Jenkins apresenta como canais de distribuição dos conteúdos transmidiáticos, como histórias recontadas em forma de quadrinhos, jogos de videogame etc. Todavia, a autora não considera sequências e *fan fictions* como adaptações. A autora se utiliza do pensamento de Marjorie Garber (2003, apud HUTCHEON, 2011, p. 31) para explicar que as sequências, como a palavra evidência, dão continuidade à história e não a recontam de forma diferente, como fazem as adaptações. O mesmo vale para as *fan fictions*, já que também representam o desejo dos fãs de continuar a história. Isto não interfere no fato de que as sequências e *fan fictions* estejam também entre os canais mencionados por Jenkins, pois ajudam a expandir o universo transmidiático.

3. CIDADE DE DEUS: O “UNIVERSO”

Como visto anteriormente, para ser reconhecida e experimentada como narrativa transmídia, a história deve ser ampliada e enriquecida, oferecendo diversos “pontos de acesso” (JENKINS, 2009) ou “modos de engajamento” (contar, mostrar, interagir) (HUTCHEON, 2011). Além disso, cada “parte” que compõe o “universo” deve ser autônoma para poder ser compreensível quando experimentada individualmente. Portanto, quanto maior o envolvimento do público com a história, com as partes contribuindo para o todo, mais rica a experiência narrativa. Franquias transmidiáticas podem integrar filmes, livros, séries, jogos *online* e para videogame, histórias em quadrinhos etc., pois cada canal oferece uma experiência diferenciada, de acordo com linguagens e possibilidades de interação específicas.

Cidade de Deus tornou-se uma narrativa transmidiática ao expandir-se além do romance de Paulo Lins e do filme homônimo de Fernando Meirelles e Kátia Lund. O sucesso do livro e da adaptação renderam outras produções como a minissérie televisiva *Cidade dos Homens*, que também foi adaptada para o cinema, além de histórias em quadrinhos e videoclipes como *That's my way*, de Edi Rock e *Minha Alma*, de O Rappa. A expansão que parecia ter a pretensão de “estacionar” na adaptação do romance tomou outra proporção, formando um “todo” que pode ser experimentado de forma autônoma.

A notoriedade de *Cidade de Deus* como um todo decorre da forma inovadora de retratar a realidade cotidiana das favelas do Brasil, como denúncia das injustiças sociais e da “invisibilidade” que beira à “inexistência” das classes menos abastadas. A temática e a forma como esta foi trabalhada em cada produção desencadeou discussões polêmicas, principalmente em torno da adaptação do romance. Portanto, é importante explicitar como as “impressões” – positivas e negativas – sobre *Cidade de Deus*, desde o início, apontaram para um marco, sobretudo, no campo audiovisual do país.

3.1. O Livro

Lançado em 1997, o romance *Cidade de Deus* foi a obra de estreia de Paulo Lins. Morador da favela carioca que empresta o nome à narrativa, Lins integrou a equipe de

pesquisa científica sobre “Crime e criminalidade no Rio de Janeiro”, coordenada pela antropóloga Alba Zaluar, durante oito anos. O jovem estudante de Letras da Universidade do Rio de Janeiro uniu a experiência da pesquisa às próprias vivências como morador da favela, mescladas a diversas referências literárias para dar forma à impactante história de *Cidade de Deus*. Como o próprio autor afirma em entrevista ao *Jornal do Brasil*, em agosto de 1997, entraram em sua “lista de influências roubadas”,

Dostoievsky, Machado de Assis, Edgar Allan Poe. Amigos, como Carlito Azevedo. Lía um poema dele e avisava: estou roubando uma frase aqui. Ele gostava – tem que saber roubar! Roubei, é meu. Mauro Pinheiro, que escreveu *Cemitério de Navios*, me inspirou muito, Virgínia Gualberto também. Eu fazia visitasões da literatura. Para descrever o pensamento de um assassino ao esquartejar uma criança, peguei Dostoievsky em *Crime e Castigo*. (LINS, 1997 apud CERQUEIRA 2007, p. 83).

Em entrevista ao projeto “Paiol Literário”, promovido pelo jornal *Rascunho*⁴ no dia 20 de julho de 2012, Paulo Lins falou sobre a carreira, influências literárias, novas obras e também sobre o impacto de *Cidade de Deus*. O escritor carioca falou da pesquisa científica sobre criminalidade nas classes populares que gerou o livro e do quanto ela era “gigantesca”, com uma equipe que integrava “mais de dez pesquisadores” e “entrevistas com mais de mil pessoas”.

O trabalho passou pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), pelo Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ) e por fim pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), durando dez anos. Dessa forma, segundo o autor, a pesquisa tomou uma dimensão muito grande e ele – que já tinha escrito um livro de poesias intitulado *Sobre o sol* (1986) – explicou que não queria fazer um romance por ser poeta, mas não conseguia encarar aquela pesquisa apenas no sentido científico. O escritor queria usar a linguagem poética para mostrar o outro lado da vida das pessoas entrevistadas,

(...) como se formavam, como se davam na infância, o que pensavam. Porque o bandido não tinha fala. Na televisão, você não vê o bandido dando entrevista, é sempre o repórter falando. Ele não tem voz. Ninguém conhece, só fala “bandido, bandido”, mas não sabe como são essas pessoas, o que elas pensam, o que elas dizem, qual é a sua motivação (LINS, 2012).

⁴Jornal *Rascunho*, julho de 2012. Disponível em: <http://rascunho.gazetadopovo.com.br/paulo-lins/#exlibris>.

Assim, o trabalho que, segundo Paulo Lins, serviria para o contexto das discussões nas universidades, inspirou o romance que ganhou popularidade, sobretudo após a adaptação para o cinema. O escritor contou que não esperava a repercussão do livro e comentou ainda sobre a reação das pessoas das ruas e da própria comunidade: “Umas pessoas me xingam, outras adoram, sabe?”, afirmou em entrevista.

O romance que atrela ficção e documento (SOUZA, 2009, p. 202) joga luz sobre a realidade profundamente violenta da evolução do tráfico de drogas em meio à “passagem da favela à neofavela” no Rio de Janeiro, nas décadas de 1960 a 1980. *Cidade de Deus* (2002) não possui um protagonista central que guia e centraliza a trama, mas um emaranhado de personagens e tipos que surgem e desaparecem ao longo da narrativa. Portanto, podemos dizer que o protagonismo do romance está nesse lugar, a Cidade de Deus, a própria favela onde acontecem os conflitos.

Desde sua gênese, *Cidade de Deus* foi (e continua sendo) provocador de reações que variam entre a fascinação e a crítica negativa. No artigo da Revista *Cult*, intitulado *A bala e a fala*, Luciana Artacho Penna⁵ discorre acerca do impacto do romance de Paulo Lins sobre boa parte da crítica, que assumiu um tom desconfiado ao se deparar com a história, indagando a origem do escritor (universitário, favelado?) e questionando a qualidade do seu romance, muito pelo fato de ser estreante. Na opinião de Penna, é justamente a condição do autor morador da favela, universitário, romancista e poeta, que presenteia a obra com o misto de “cruza do tema e a qualidade literária” (PENNA, 1998, p. 27).

Bem longe de uma visão romantizada do assunto da violência e da exclusão, *Cidade de Deus* escancara a realidade de um lugar onde a bala, quando cessa o diálogo, grita mais alto que a fala, numa narrativa em que a ausência de um herói central “trata do destino de um lugar como se fora de uma nação” (PENNA, 1998, p. 29) e não se encerra num acontecimento único como mola propulsora do desenrolar da trama. De acordo com Penna, “o romance vê em cada crime a justificativa de uma variedade impressionante de códigos de honra, que vão se tornando, a cada página, menos ‘honrosos’ e mais horrorosos”.

Mas foi na análise de Roberto Schwarz que *Cidade de Deus* encontrou a legitimidade de que necessitava para o reconhecimento do talento literário de Paulo Lins. O crítico soube enxergar as pretensões do jovem escritor, afirmando que o romance “merece ser saudado

⁵Revista *Cult*, nº6, 1998, pp.27-29. Luciana Artacho Penna é Mestre em Literatura Brasileira e Doutoranda em Filosofia Política na USP.

como um acontecimento. O interesse explosivo do assunto, o tamanho da empresa, a sua dificuldade, o ponto de vista interno e diferente, tudo contribui para a aventura artística fora do comum” (SCHWARZ, 1999, p. 163).

Roberto Schwarz atenta para o desenvolvimento da narrativa, que inicia de modo mais brando, ilustrando o desejo de uma vida pacata através do sonho do personagem Barbantinho em tornar-se salva-vidas assim como o pai e o irmão, numa conversa entre baseados com Buscapé. Tal impressão otimista da vida vai se esvaindo ao longo das páginas, quando surgem os bandidos e seus ideais de “bichos-soltos”. Daí por diante, estes se multiplicam e seguem cada vez mais violentos e a “mandragem” vai dando lugar à “marginalidade”. Nas palavras de Schwarz: “a alegria popular e o próprio esplendor da paisagem carioca tendem a desaparecer num pesadelo, o que é um dos efeitos mais impressionantes do livro” (idem, p. 171). Essa tensão crescente marcada pelos conflitos seguidos de intervalos em esconderijos, passeios e fugas para depois desembocar em outros conflitos, não caminha para um desfecho agradável e reconfortante como se espera, pois o heroísmo vingador do personagem Mané Galinha, por exemplo, é vencido pela guerra sem sentido, em que vencidos e vencedores não se distinguem. Além disso, aqueles que matam Zé Miúdo (Zé Pequeno no filme) – “os meninos da Caixa Baixa” – não são “alternativas” menos violentas, mas aspirantes a seus substitutos na empresa do tráfico.

3.2. O Filme

O romance foi adaptado para o cinema em 2002, com a direção de Fernando Meirelles e Kátia Lund. Inclusive, por conta do sucesso do filme, foi lançada uma 2ª edição do livro revisitada por Paulo Lins, que “reeditou” a primeira edição, contando passagens, modificando os nomes de alguns personagens e outros procedimentos “influenciados” pelo filme. Diferente do livro, no filme é centrado na figura de Buscapé, posto como “subnarrador” ou “narrador segundo” – termo utilizado por Gaudreault e Jost (2009, p. 68), que designa na narrativa cinematográfica o personagem que narra a história, isto é, encontra-se de certa maneira no lugar (mas, nunca totalmente) do “meganarrador” que é a instância primeira e onipresente (o “olhar” da câmera). Portanto, o livro não centra-se em um personagem que assume o ponto de vista da história (ou das histórias, que no livro se entrelaçam), o filme é guiado pelo ponto de

vista de Buscapé com narração em voz *over*⁶, a partir da qual o espectador adentra pelos becos e vielas de *Cidade de Deus*, traçando uma linha do tempo desde os anos de 1960, época de formação da favela, até os anos de 1980, auge dos conflitos pelo domínio das bocas do tráfico de drogas.

De acordo com Marcos Pierry⁷ (2006), em seu artigo *O segredo de Cidade de Deus*, para a Revista *Kino Digital*, mesmo antes do lançamento em circuito comercial e exibição em território nacional, CDD já representava um acontecimento no Festival de Cannes. Segundo Pierry, diversos fatores influenciaram o sucesso do filme, além de transformá-lo num dos mais polêmicos desde a época conhecida como “Retomada” da produção brasileira na década de 1990. Um deles foi o fato de o lançamento ter ocorrido na mesma época de outras produções nacionais com temáticas relativas à criminalidade, exclusão e periferia, a exemplo de *Uma onda no ar* (Helvécio Ratton), *Carandiru* (Hector Babenco), *O Prisioneiro da Grade de Ferro* (Paulo Sacramento), entre outros.

O uso de atores amadores vindos de comunidades cariocas foi outro ponto marcante. Eles participaram de oficinas de interpretação coordenadas pela preparadora de atores Fátima Toledo. O elenco amador serviu para realçar ainda mais a autenticidade do tom documental nas cenas de CDD, além de alavancar a carreira de atores como Seu Jorge (Mané Galinha), Alexandre Rodrigues (Buscapé), Leandro Firmino da Hora (Zé Pequeno), entre outros.

O curta-metragem *Palace II*, apresentando os personagens Laranjinha (Douglas Silva) e Acerola (Darlan Cunha), exibido na TV globo meses antes do lançamento de CDD, também serviu como teste de público. De acordo com Pierry, o curta foi realizado com boa parte da equipe do filme de Meirelles e Lund, inclusive o elenco.

Outro fator importante, com certeza o maior responsável pela movimentação da crítica em volta do filme, foi “uma onda *revival* Glauber Rocha” com a estreia do documentário *Rocha que voa*, de Erick Rocha, e o lançamento de uma nova edição da Revista Crítica do Cinema Brasileiro, que espalharam e reavivaram o espírito cinemanovista de Glauber Rocha. Com isto, foram imediatas as comparações do trabalho do cineasta com o tratamento da violência em CDD, sobretudo a partir das intervenções Ivana Bentes, professora de teoria

⁶ A narração em voz *over* refere-se a um “locutor invisível” que se encontra “num espaço e tempo diferentes” do que se passa “simultaneamente” na tela (KOZLOFF, 1988 apud GAUDREAUULT e JOST 2009. p. 96).

⁷ Mestre pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Professor do Curso de Cinema e Vídeo da Faculdade de Tecnologia e Ciências.

cinematográfica da Universidade Federal do Rio de Janeiro e importante pensadora do cinema brasileiro.

Em seu texto *Estéticas da Violência no Cinema*⁸, Ivana Bentes discute o modo de representação da violência que tem invadido as telas do cinema brasileiro contemporâneo. Um tipo de cinema, segundo ela, que glamouriza o “terror”, tornando-o um produto atrativo. Conforme Bentes, nessa forma filmica de representar os territórios da exclusão, caracterizada por

altas descargas de adrenalina, alterações da percepção, reações por segundo criadas pela montagem, experimentamos a imersão total nas imagens, uma das bases do prazer e da eficácia do filme americano de ação na qual a violência e seus estímulos sensoriais são quase da ordem do alucinatório, um gozo imperativo e soberano em ver, infligir e sofrer a violência (BENTES, 2003).

Em contrapartida a essa forma de reprodução visual da violência, Bentes aponta para os ideais do cinema da década de 1960, tendo como nome mais significativo o cineasta baiano Glauber Rocha, inspirado nos trabalhos do também cineasta Sergei Eisenstein, segundo o qual o tratamento da violência deve ser feito na montagem, através do choque entre os elementos imagéticos, ao contrastar o alto e o baixo, o claro e o escuro, a ordem e a desordem etc., gerando uma reação de impacto e distanciamento no espectador, que o torne mais crítico em relação ao assunto. Segundo Bentes,

é um dos mais belos movimentos de crença (ideário revolucionário) no cinema como lugar de produção de sujeitos e não de assujeitamento, produção de pensamento e não da paralisia do pensamento. Um choque sensorial, um soco visual capaz de levar a um entendimento ("rachar o crânio"). A violência necessária para sairmos da inércia do hábito, dos pensamentos habituais (BENTES, 2003).

Assim como Eisenstein, Glauber Rocha desejava fazer do cinema um provocador de reflexões. Foi com esse ideal revolucionário que o cineasta baiano estabeleceu à época do Cinema Novo uma nova forma de representar as mazelas sociais do povo brasileiro, a fim de causar repúdios às injustiças sociais. De acordo com Bentes, nos manifestos *Estética da Fome e Estética da violência*, Glauber Rocha demonstrou o desejo de desconstruir o pensamento paternalista europeu, tratando da fome e da miséria sem fazer desses temas fontes de

⁸Texto Publicado originalmente in **Interseções: Revista de Estudos interdisciplinares**. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais –UERJ – ANO 5 número 1 – 2003 pg. 217-237. Rio de Janeiro. 2003.

entretenimento barato. A intenção era justamente incorporar na forma fílmica a carência das temáticas abordadas, para “violentar a percepção, os sentidos e o pensamento do espectador, para destruir os clichês sobre a miséria: clichês sociológicos, políticos, comportamentais” (BENTES, 2003).

Em contrapartida, Ivana Bentes utiliza o termo “Cosmética da Fome” para designar o possível tratamento estético dado a parte dos filmes da retomada nacional, consistindo na glamourização e/ou demonização da pobreza e da violência em personagens recorrentes como o favelado, o presidiário, o desempregado, o drogado etc., em filmes como *O Invasor*, de Beto Brant, *Central do Brasil*, de Walter Salles, *Guerra de Canudos*, de Sérgio Resende, e *Cidade de Deus*, de Meirelles e Lund. A autora aponta *Cidade de Deus* como “o suprassumo desse novo brutalismo”, um filme no qual os moradores da favela guerreiam entre si pelo domínio do território, aquém do que acontece fora dos limites daquele lugar.

O incômodo que o filme gerou em Ivana Bentes em comparação à estética cinemanovista decorre do ritmo frenético das cenas, das imagens “sujas” e a câmera quase sempre propositalmente instável, das mudanças nas cores na passagem das décadas, que vão do sépia nos anos de 1960 ao tom azulado com iluminação estourada nos anos de 1990, além da temática em si, que, segundo ela, “promove o turismo no inferno”, ao colocar a favela como lugar de extrema violência onde as crianças almejam o futuro no crime para poderem ser “respeitadas”. Entretanto, Bentes não nega que o discurso incorporado em filmes como CDD tanto pode ressaltar estereótipos negativos quanto possibilitar discussões amplificadas e complexas sobre o assunto.

A respeito da crítica de Ivana Bentes, vale contrapor a opinião mais nuançada e menos “nostálgica e paternalista” de Paulo Jorge Ribeiro⁹ (2005), no artigo *Entre reflexividade e estetização da violência*. Ribeiro acredita que

esta versão crítica [de base cinemanovista] à possível espetacularização promovida por *Cidade de Deus* reduz o “público” – como se este fosse singular, estável e, além de tudo, absolutamente permeável às mensagens externas ou que este não produza mediação alguma de resistência a estes dispositivos – a uma condição de *massa amorfa passiva*, transformada assim em material maleável para o triunfo da vontade do artista/produtor/político (RIBEIRO, 2005, p. 4).

⁹ Professor do Departamento de Sociologia e Política – PUC-Rio.

Ribeiro (2005) analisa como as recepções por ele percebidas ao filme são centrais a respeito das controvérsias existentes quanto às intenções estéticas de CDD. De acordo com o professor, uma dessas recepções se deu no curso ministrado por ele denominado “Curso de Formação e Cidadania para Jovens Lideranças”, unindo jovens entre os 15 e 23 anos, participantes de diversos projetos sociais no Rio de Janeiro em comunidades como Vigário Geral, Alemão, Vila Aliança, Vila Cruzeiro. Num dos encontros com esses jovens, Paulo Jorge Ribeiro os levou ao cinema para assistir *Cidade de Deus*, no intuito de perceber de que modo eles poderiam se identificar com a história e as representações do filme. Em discussão após a sessão, os jovens problematizaram as questões abordadas no filme de forma bastante crítica, com o olhar de quem mora na favela, discutindo problemas como a corrupção policial e a falta de oportunidade que leva muitas pessoas para o tráfico. Ou seja: a recepção do filme por parte dos sujeitos envolvidos nas atividades proposta por Ribeiro não correspondia com a leitura feita a partir da *cosmética da fome* e das propostas dos críticos “cinemanovistas”, embora, é claro, não possa também ser considerada a “leitura correta e/ou última” do filme.

Ribeiro (2005) também descobriu que o filme era objeto de estudos pedagógicos num projeto voltado para a educação de jovens na Favela da Maré, promovido pelo Centro de Ações Solidárias da Maré (CEASM). O filme servia como ferramenta utilizada pelos professores para demonstrar a curta trajetória do crime. Além disso, Ribeiro teve a oportunidade de conhecer o *Nós do Cinema*, uma ONG formada pelos atores que contracenaram no filme. Ele viu que ali os jovens não aprendiam apenas a atuar, mas também os ofícios da montagem, direção, operação de câmera, entres outros. Portanto, não há uma forma simples de julgar CDD, limitando-o a um extremo negativo ou positivo, pois o filme pode ser visto, segundo Ribeiro, como “um empreendimento que foge às suas próprias formalizações, gerando desterritorializações e territorializações constantes em nossos posicionamentos e perspectivas” (2005, p. 14).

No artigo *Cidade de Deus e o olhar documental: Estratégias formais para a denúncia da violência*, Ana Paula Penkala¹⁰ atenta para o olhar documental fortemente presente em CDD, olhar este que coloca o espectador como alguém que assiste ao Outro, mas, muitas vezes, se encontra também no lugar deste Outro dentro da diegese¹¹ do filme. Isto acontece,

¹⁰ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - PPGCOM/UFRGS - RS

¹¹ A diegese é o “universo ficcional” que caracteriza o filme, ou “tudo aquilo que confere inteligibilidade à história contada, ao mundo proposto ou suposto pela ficção” (SOURIAU, 1953 apud GAUDREAUULT e JOST 2009, p. 50).

entre outros momentos, no final de CDD, quando Buscapé presencia a morte de Zé Pequeno pelos meninos da Caixa Baixa. Quando Buscapé tenta, estupefato, enquadrar a imagem que vê para fotografá-la, o espectador vê-se – por conta do recurso à câmera-subjetiva – no lugar do personagem no momento do registro. Dessa forma, Penkala quer demonstrar a motivação de CDD em não apenas colocar o público diante de uma “vitrine da violência”, mas provocar uma sensação de empatia com os personagens e a situação vivida, longe do distanciamento confortável do Outro, culpado e também vítima da violência.

O Outro que o filme de Fernando Meirelles dá a ver é justamente esse sujeito, apresentado nas estatísticas e ignorado pela opinião pública: o jovem negro/pardo e favelado. A criminalidade violenta, como ilustra o filme, não é apenas originada desses sujeitos, ela também os vitima. Construindo esse universo trágico, o filme dá um primeiro passo na busca pela denúncia, uma busca de imperativo ético (PENKALA, s.d. p. 3).

Assim, CDD configura-se como um marco representativo do cinema contemporâneo brasileiro, tanto por suscitar discussões sobre “a nova cara” do cinema e da sociedade do País, como também por se tratar de uma produção que angariou grande visibilidade no circuito cultural internacional, além de possibilitar direta ou indiretamente uma mudança na vida daqueles que participaram do filme. Prova de tudo isto é a minissérie *Cidade dos Homens*, “herdeira legítima” de *Cidade de Deus*.

3.3. A Minissérie

No artigo *Análise de conteúdo articulada à análise de gênero televisivo: proposta metodológica para interpretação das representações narrativas midiáticas*, publicado na Revista *Fronteiras*, Simone Maria Rocha¹² (2008) analisa os modos de apresentação dos sujeitos e o lugar das favelas nos programas televisivos de “cunho jornalístico” e entretenimento da TV Globo, tais como *Linha Direta* (2004), *Globo Repórter* (2004), *Central da Periferia* (2006) e *Cidade dos Homens* (2002).

Segundo Rocha, a série *Cidade dos Homens* foi exibida entre 2002 e 2005 em quatro temporadas, indo ao ar às sextas-feiras, às 22h30 min, tendo como protagonistas os atores Darlan Cunha e Douglas Silva como os personagens Laranjinha e Acerola. *Cidade dos Homens* trata do cotidiano destes dois garotos moradores de uma favela carioca, tentando

¹² Professora de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFMG.

superar dificuldades ao conviver com o tráfico de drogas, os preconceitos racial e social, além de poucas condições financeiras e de educação.

A minissérie conta basicamente com a mesma equipe de produção de *Cidade de Deus*, com direção e roteiro de Fernando Meirelles, Kátia Lund, Paulo Lins, Guel Arraes, entre outros. O elenco também apresenta rostos já bastante conhecidos em CDD, como os próprios protagonistas da minissérie, além de Jonathan Haagensen, Leandro Firmino da Hora, Phellipe Haagensen, entre outros.

De acordo com a análise de Rocha, *Cidade dos Homens* guarda características semelhantes ao documentário, por apresentar questões ligadas à vida de crianças e adolescentes das favelas. Além disso, apesar de explorar temas como a violência e o tráfico, adota um aspecto imagético juvenil e alegre por se tratar de uma minissérie protagonizada por crianças e adolescentes. Rocha ainda afirma que *Cidade dos Homens* difere de outras produções com temáticas semelhantes, por não colocar a favela frequentemente como “lugar da ausência e da falta” e posicionar a maioria dos sujeitos de modo positivo.

O sucesso da minissérie levou *Cidade dos Homens* ao cinema. *Cidade dos Homens – O Filme*, de Paulo Morelli, foi lançado em 2007, sendo “o mais novo capítulo da saga de *Cidade de Deus*”, como apontava a capa da *Revista Bravo!* Intitulado *A saga que mudou o cinema brasileiro*, o ensaio publicado em *Bravo!* demonstrava o quanto as previsões de cineastas e críticos sobre o breve esquecimento de CDD estavam equivocadas. Depois de cinco anos, o filme não havia sido esquecido e, ao contrário, deixara sua marca no cinema mundial, com o sucesso de público no Brasil (3,3 milhões de espectadores) e a quantia de US\$ 27 milhões arrecadados ao redor do mundo. Mas o maior legado de CDD reside “no que apresenta de original dentro da tradição cinematográfica de um país e pela influência direta que exerceu sobre obras posteriores” (BRAVO!, 2007, p. 38). Segundo o mesmo texto publicado na revista, CDD trouxe um novo modelo audiovisual que se tornou referência de outras produções nos cenários brasileiro e mundial, através do “registro hiper-realista de um cenário social degradado, com interpretações naturalistas e diálogos improvisados por atores amadores” (idem, 2007, p. 38). Assim, produções como *Contra todos* (2003), de Roberto Moreira, *Chamas da Vingança* (2004), de Tony Scott, *Código das Ruas* (2004), de Spike Lee, e *Quase dos irmãos* (2004), de Lúcia Murat, com roteiro de Paulo Lins, são exemplos de filmes que buscaram inspiração em CDD. Por conta da sua importância e influência no imaginário audiovisual do País, CDD integra a lista dos filmes que mais influenciaram na

formação da imagem do Brasil no exterior, junto a *Orfeu Negro* (1959), de Marcel Camus, e *Deus e o Diabo na Terra do Sol* (1964), de Glauber Rocha, entre outros.

Cidade dos Homens é mais uma produção da O2, fundada em 1990 por Paulo Morelli e Fernando Meirelles. O ensaio de *Bravo!* define a minissérie e o filme como “herdeiros oficiais” de CDD, assinalando as diferenças entre as abordagens dos três, ainda que façam parte do mesmo universo.

Enquanto *CDD* pode ser considerado um épico, em que as trajetórias individuais compõem um mosaico social e histórico sobre a ascensão do crime em conjunto habitacional do Rio de Janeiro, a série *Cidade dos Homens* era uma sucessão de crônicas, focada em dois personagens que inventam expedientes diversos para driblar problemas do dia-a-dia (BRAVO, 2007, p. 41).

Sendo assim, está comprovado que *Cidade de Deus* tornou-se um marco no cinema brasileiro e no exterior, gerando “herdeiros” dignos da saga, que expandem seu universo transmidiático. Assim, outras produções também foram se integrando ao o universo de CDD. Além do romance, da minissérie e dois filmes, há também versões em histórias em quadrinhos e videoclipes como o da música *That's my way*, do rapper paulista Edi Rock em parceria com seu Jorge, que retrata a história de uma adolescente representada pelo ator Darlan Cunha. Na praia, ele paquera uma moça branca e é recebido com agressividade por rapazes também brancos que aparentam ser conhecidos dela. Logo após, ao retornar à favela, ele é surpreendido por homens que tentam agredi-lo, mas fogem com medo da aparição fantástica de um homem (Seu Jorge), que, aparentemente, é o “espírito” de um líder comunitário assassinado, talvez pela polícia, como as vozes em *off*, que imitam a escalada de noticiários televisivos, anunciam no início da narrativa. O “fantasma” do líder comunitário, visto no primeiro *take* do videoclipe como uma espécie de Cristo Redentor negro pairando sobre a imagem noturna da Baía da Guanabara, retorna em seguida para salvar o rapaz da execução. Em seguida, ele vai a um show de Edi Rock com a garota que conheceu na praia e a situação com os conhecidos dela é apaziguada, reforçando assim a mensagem da letra da canção que prega a necessidade de seguir “that's my way”, um caminho menos conflituoso, Aqui, as locações, as temáticas e os modos de narrar (câmera ágil, cortes secos, etc.) são claramente inspirados na estética do universo CDD.

O videoclipe *Minha Alma* de O Rappa, é objeto de análise do próximo capítulo.

4. *MINHA ALMA EM CDD*

Como demonstrado no capítulo anterior, *Cidade de Deus* acabou por tornar-se “um universo” ampliado, tamanho seu sucesso comercial. A narrativa foi expandida por diferentes mídias e gêneros, passando pela literatura, série televisiva, pelo cinema, HQs e também pelo gênero midiático videoclipe. Este capítulo dedica-se à análise do videoclipe *Minha Alma*, da banda O Rappa, para compreender de que modo este participa da ampliação de “universo CDD”. Mas é necessária, antes do comentário de *Minha Alma*, uma breve contextualização do videoclipe enquanto gênero audiovisual.

Arlindo Machado (2000), em seu livro *A televisão levada a sério*, discute, no capítulo *A reinvenção do videoclipe*, a evolução do gênero considerando-o “uma das formas de expressão artística de maior vitalidade em nosso tempo” (2000, p. 173). O autor explica de que forma o videoclipe passou de mero instrumento publicitário de promoção de artistas para tornar-se campo de experimentação audiovisual criativa. Assim, o videoclipe passou a ser encarado como espaço aberto a inovações por oferecer baixos custos de produção em comparação a outras produções audiovisuais, além da curta duração e potencial de distribuição. Isto não significa que o videoclipe seja atrativo apenas aos amadores ou sem muitos recursos, pois, como o autor observa, cresceu o investimento financeiro e tecnológico nesse tipo de produção, algo que tem gerado trabalhos esteticamente bastante inovadores.

Diversos profissionais de outras áreas, como artistas plásticos, cineastas e coreógrafos passaram pela produção de vídeos, a exemplo dos cineastas Martin Scorsese, Spike Lee e John Landis. O trânsito de cineastas para a publicidade, para a experiência com a videoarte e para a direção de vídeos, coincidindo com a ascensão da “cultura jovem global” e o advento da MTV, produziu formas de interações até então novas entre o meio cinematográfico, artistas conceituais da videoarte e a nova produção audiovisual. O videoclipe passou então a ser visto como um gênero propício a experimentações, um formato que permitia aos realizadores experiências formais e estéticas não permitidas em outros formatos e gêneros. Além disso, muitos profissionais começaram pelo videoclipe e depois migraram para outros tipos de produção. Portanto, cada artista que enveredou por esse caminho trouxe para o gênero um pouco da experiência em outras linguagens e formatos, fazendo do videoclipe um misto de referências de segmentos como o cinema comercial e experimental, a dança moderna, a performance multimídia, a vídeo instalação, a indústria fonográfica, a música

popular massiva, por exemplo. Ainda segundo Machado, foi a liberdade de experimentação junto à atração exercida pela música *pop*¹³ que levou o videoclipe ao público massivo.

Desse modo, a experimentação no videoclipe suscitou uma redefinição conceitual do gênero, longe do “clichê publicitário”, possibilitando uma série de mudanças no seu modo de criação. Entre as inovações está o uso de imagens abstratas e desconexas, experimentos com cores, movimentos e texturas. O uso de variados tipos de animações no lugar das imagens também invadiu os videoclipes, segundo o autor. Animações de objetos, pessoas, grafismos computadorizados, desenhos com massa de moldar, dentre outros, também vinham da área do cinema de animação experimental, sobretudo da forte influência que o trabalho do cineasta britânico-canadense Norman McLaren exercia sobre os realizadores mais sintonizados com a “invenção estética”. Aqui no Brasil, um exemplo dessa série de videoclipes que utilizam animação é o da canção *Na sua Estante* (2005), da cantora baiana Pitty. Com direção de Sérgio Guilherme Filho e Talita Galvani, o videoclipe usa personagens em animação gráfica de *O Mágico de Oz* encenando uma história de amor trágica. Ao usar outras formas de criação, os videoclipes passaram a sinalizar uma preocupação menor em manter os músicos em evidência, colocando-os muitas vezes como figuras distanciadas que aparecem momentaneamente. Esse distanciamento dos artistas do “centro” retira do videoclipe a pretensão meramente “comercial”, possibilitando uma maior liberdade criativa. O videoclipe *Minha Alma*, que será discutido mais adiante, é um bom exemplo dessa inclinação.

Segundo Machado (2000), outra tendência da renovação do videoclipe é a rejeição às “regras da publicidade e do cinema comercial” sobre o modo “correto” de produzir audiovisual, uma aversão a qualquer elemento que sugira “um acabamento industrial”. Isto provocou um movimento de “retorno ao primitivismo”, à desobediência de quaisquer convenções, com o uso de imagens desfocadas, pouco iluminadas, granuladas, enfim, com “todas as regras mandadas para o vinagre e todo o visível reduzido a manchas disformes, deselegantes, gritantes, inquietantes” (MACHADO, 2000, p. 177). O uso de tais artifícios dá a impressão de “amadorismo”, porém é feito propositalmente de forma a demonstrar uma sensibilidade poética sobre aquilo que é usualmente percebido como “defeito técnico”.

¹³Segundo Shuker (1999), a “música pop” é culturalmente definida como uma “mistura de tradições, estilos e influências musicais”. A classificação “popular” é controversa, se colocada em relação à música erudita, no sentido de alcance de público, pois alguns gêneros ditos “populares” como o trash metal, encontram um público mais restrito que o da música erudita (1999, p. 8).

O movimento de renovação do videoclipe, marcado pelo que o autor chama de “atitudes transgressivas”, encontrou maior empatia, obviamente, em bandas igualmente “transgressivas”, que buscam trabalhos independentes e desvinculados dos ideais das indústrias fonográfica e televisiva *mainstream*¹⁴. O autor cita como exemplo entre os músicos “transgressivos” o cantor brasileiro Arnaldo Antunes. Há também os músicos que usam o videoclipe para fazer críticas políticas, ideológicas e sociais, como no videoclipe *That’s my way*, do rapper paulista Edi Rock, com a participação de Seu Jorge, comentado rapidamente acima, que apresenta um dia na vida de um adolescente carioca, morador de uma comunidade que enfrenta e supera conflitos internos na própria favela.

Outra tendência estética marcante nos videoclipes é a descontinuidade entre os planos, os quais, no caso desse gênero, duram poucos segundos de um para o outro. Além da rapidez da duração, a passagem dos planos não se preocupa com a linearidade ou com a conexão baseada na continuidade de movimento, pois a maioria dos videoclipes não contém uma narrativa do tipo linear. Segundo o autor, “fragmentação e dispersão” são as marcas dessa tendência. Há também uma maior liberdade em relação à duração da música, com a adição de ruídos, trechos de outras músicas, vozes, silêncio. Dessa maneira, em muitos trabalhos, se retirada do contexto do videoclipe, a música perde o sentido, por estar tão atrelada às imagens e outros adendos, já que o videoclipe e a música foram pensados ao mesmo tempo. Os videoclipes próprios dirigidos pelos cantores Godley & Creme são exemplos em que artistas trabalharam dessa forma, em produções como *Cry* (1985) e *Rockit* (1983) (MACHADO, 2000, p. 185).

O autor ressalta a crítica endereçada ao ritmo rápido dos videoclipes, que deveriam ser mais “visualmente compreensíveis”. Porém o que tem ocorrido é a junção crescente do ritmo da imagem convertido em música, isto é, com os movimentos da edição fortemente atrelados ao ritmo musical. Isto se dá ainda com mais força pelo fato de os videoclipes irem além da exibição em canais de TV como a MTV, sendo exibidos também em clubes noturnos, *raves* etc., recebendo de volta a influência desses espaços nas próprias produções do gênero, naquilo que Machado denomina *video ambiente* (2000, p. 179).

Além disso, os shows também recebem influências dos videoclipes, pois apresentam cada vez mais elementos audiovisuais, como num “videoclipe ao vivo”. Por conta disto, é

¹⁴O termo “mainstream” designa aquilo que é reconhecido pela maioria da população e facilmente disponível, um produto de “massa”; aquilo que contém assumidamente apelo comercial. Essa definição é contrária ao termo “underground”, referente ao que é consumido/apreciado por um público mais restrito.

necessário que os músicos obtenham algum conhecimento no plano audiovisual ou integrem à equipe alguém que tenha domínio sobre o gênero. A partir daí, muitos músicos passaram a fazer experiências audiovisuais produzindo os próprios videoclipes, como é o caso de Marcelo Yuca, que integrou a banda O Rappa como baterista e letrista, e participou da produção de diversos videoclipes como *Minha Alma* e atualmente é também documentarista.

Portanto, Arlindo Machado divide os realizadores de videoclipes em três grupos: os primeiros são aqueles que veem o videoclipe como um produto publicitário que serve meramente para a promoção de artistas. Integram o segundo grupo os realizadores do cinema e de outras áreas que fizeram experimentações e trouxeram suas contribuições para o formato. O terceiro e último é formado pelos músicos, que tornam o meio ainda mais independente, ao produzir seus próprios videoclipes.

Em seu artigo “*We Dance To The Beat*”: *audioimagens, regimes audiovisuais e novas poéticas do videoclipe*, Thiago Soares (2012) trata do videoclipe como produto midiático “oficial” – para além dos “fanclipes” (produzidos por fãs) – sob sua perspectiva histórica, a fim de perceber sua “trajetória midiática” (2012, p. 179). Para tanto, ele se utiliza da definição de audioimagem de Michel Chion (1994), que designa a interação entre som e imagem, de maneira que os dois sejam modificados, um em relação ao outro, e nesse movimento sejam vistos de maneiras diferentes (CHION, apud SOARES, 2012, p. 180). Este conceito é aliado ainda ao de “contrato audiovisual”, referente às “inúmeras possibilidades de projeções do som na imagem” (idem, p. 181).

A evolução do gênero é observada por Soares (2012) de acordo com as tecnologias de captação e exibição, isto é, os equipamentos de captação e edição de som e imagem utilizados para produções audiovisuais e os dispositivos pelos quais estes chegam ao público (pela TV ou pelo aparelho celular, por exemplo), além dos regimes audiovisuais em que os videoclipes foram (e são) inseridos, ou seja, as formas de classificação de “objetos audiovisuais” de acordo com os tipos de tecnologias citadas acima, além do ambiente de circulação desses produtos e sua incorporação ao mercado (SOARES, 2012, p. 181).

Soares assinala três momentos de mudança dos regimes audiovisuais que afetaram o videoclipe: o momento “pré-videoclipe”, quando a associação entre imagem e som, no suporte cinematográfico, possibilitou a produção de “filmes promocionais” – os chamados “promos” – de músicas de artistas como Tony Bennet, The Who e The Beatles. O segundo momento refere-se à chegada da televisão e a incorporação do videoclipe à sua linguagem,

tendo *Bohemian Rhapsody*, do Queen, como exemplo marcante, considerado por muitos como o primeiro videoclipe da história (idem, p. 186). *Bohemian Rhapsody* trouxe a “nova cara” do produto incorporado aos padrões da televisão e das gravadoras, formalizando o videoclipe como um produto mercadológico. O terceiro e último é o momento atual, no qual o videoclipe é produzido, muitas vezes com poucos recursos e fora dos padrões televisivos, para ser compartilhado na internet e ganhar “carga viral” (idem, p. 189). Assim, vários videoclipes são produzidos a partir do que Soares chama de “poética da simplicidade”, como o da música *Here It Goes Again*, da banda sueca Ok Go! E *Single Ladies*, da cantora americana Beyoncé, ambos feitos aparentemente como vídeos “caseiros” (idem, p. 190).

No artigo *Linguagem dos videoclipes e a questão do indivíduo na pós-modernidade*¹⁵, Pedro Pontes¹⁶ denomina “amálgama” o resultado da mistura de influências trazidas na linguagem do videoclipe. Pontes afirma que os elementos do gênero podem ser percebidos no telejornalismo, nas novelas, na internet ou onde quer que haja “telas” (PONTES, 2003, p. 47), ou seja, não apenas o videoclipe recebe essas influências de outros gêneros – do cinema, principalmente – mas também os contamina de volta com sua linguagem. O videoclipe incorporou do cinema diversos elementos como angulações e movimentos de câmera, montagem acelerada, diferentes texturas e outros recursos que já foram expostos por Machado (2000). É justamente esse “novo recurso estilístico”, criado a partir da mistura “aparentemente aleatória” de diversas referências audiovisuais, que Pontes reconhece no videoclipe como “amálgama” (idem, 2003, p. 47).

De acordo com Pontes, o videoclipe surgiu nos anos 60, época movimentada pela vontade de libertação de valores conversadores, seja em relação ao casamento, à família etc., um momento de psicodelia tanto na arte quanto na música que o videoclipe não poderia deixar de refletir. A partir dos anos 70, houve a busca por uma aproximação da linearidade narrativa nas produções de videoclipes das canções de Michael Jackson, como *Thriller*, dirigido por John Landis, e *Bad*, dirigido pelo cineasta Martin Scorsese. Nos anos 80, com o surgimento da MTV, os videoclipes encontraram espaço na televisão norteamericana e, no Brasil, dez anos mais tarde. O canal musical inicialmente exibiu videoclipes gratuitamente até o ano de 1984, quando iniciou a cobrança de uma taxa para a exibição. Pontes aponta que a MTV fez com que a música se tornasse cada vez mais visual e, junto à experiência de cineastas, trouxe a consolidação do videoclipe.

¹⁵Sessões do Imaginário. Porto Alegre, nº 10. Novembro de 2003 – semestral – FAMECOS/PUCRS

¹⁶Mestrando em Comunicação na UERJ.

Assim como Arlindo Machado (2000), Pontes (2003) também coloca a fragmentação narrativa como forte característica do videoclipe, em consonância com a pós-modernidade na qual o sujeito encontra-se fragmentado tanto quanto as imagens frenéticas de um videoclipe. Por conta disto, ele afirma que o videoclipe com sua rápida velocidade de percepção é a forma audiovisual ideal do sujeito pós-moderno. Ele se apoia nos pensamentos de Stuart Hall (2002) e Frederic Jameson (1994) para afirmar que o sujeito da pós-modernidade encontra-se em descontinuidade com a própria história, desligando-se das tradições. Dessa forma, o sujeito pós-moderno vive num estado constante de “presenteísmo” (MAFFESOLI apud PONTES, 2003, p. 50) feito de instantes velozes que logo se dispersam como num videoclipe. Seguindo a ideia de Maffesoli (2000), Pontes assinala que o “amalgama” presente no videoclipe “só pode ser experimentado por este sujeito contemporâneo, dotado de hiper-racionalismo” isto é, que tem a capacidade de “sentir” o mundo através das aparências e da identificação com a fragmentação. Nas produções que utilizam o “amalgama”, o individualismo autoral desaparece, pois todos os estilos encontram-se diluídos no grande “caldeirão”. Portanto, o sujeito contemporâneo pode compreender tal mistura através da sua grande “sensibilidade estética” (idem, p. 51).

O estreito laço entre o gênero videoclipe e outras linguagens audiovisuais – sobretudo o cinema – também é percebido por Ariane Holzbach (2012) no artigo *007 a favor do videoclipe: as sequências de aberturas dos filmes de James Bond como experiência sonora e visual*. Ela atenta para as aberturas performáticas e musicadas dos filmes sobre o famoso detetive e galã inglês *James Bond*, o *007*. A franquia considerada umas das maiores experiências transmidiáticas da história, contabilizando 22 filmes (além de filmes amadores, sites, blogs, jogos, etc.), tem as aberturas como uma das marcas registradas da história no imaginário do público. Holzbach (2012) sinaliza nestas aberturas a forte presença da linguagem do videoclipe, antecedendo muitas de suas características, pois o primeiro filme da franquia, *O Satânico dr. No*, foi lançado em 1962, época em que o videoclipe ainda não tinha sido “oficialmente” consolidado como gênero.

As sequências de aberturas de *007* são divididas em duas partes: a primeira – que se repete em todos os filmes, com modificações apenas em relação à imagem do ator e alguns aspectos da música – é chamada “sequência do cano da arma”, na qual o detetive aparece caminhando na tela. Ele percebe o inimigo (em câmera subjetiva) e atira na tela, que “derrama sangue” e é preenchida em vermelho. A segunda parte introduz o público na temática específica de cada filme, mostrando cenas referentes à história que inicia em seguida. A

música da primeira parte é fixa, enquanto na segunda parte são compostas canções especialmente referentes às temáticas dos diversos filmes¹⁷.

De acordo com Stanitzec (2009 apud Holzbach 2012, p. 131), as aberturas dos filmes se caracterizam geralmente pela ausência de linearidade narrativa e imagética, servindo como “representação da trama que está para começar que tem a música e imagem como elementos igualmente relevantes”. Contudo, em alguns casos, as sequências de abertura ganham independência das produções as quais estão vinculadas, como no caso de *A Pantera Cor-de-Rosa*, na qual o personagem foi além das aberturas dos filmes da série ao virar desenho animado. As sequências de aberturas dos filmes de *James Bond* são outro exemplo dessa independência, pois são disponibilizadas separadamente para serem apreciadas pelos fãs no Youtube, assim o personagem do filme é colocado no lugar de um cantor como num videoclipe.

Segundo Holzbach, as aberturas, na maioria das vezes, funcionam como “paratextos” dos filmes, ou seja, como complementos vinculados à trama. Para alguns autores como Kaplan (1986) e Machado (2001) os videoclipes são “paratextos” da MTV e da televisão em geral, por conta da forte ligação com a emissora norteamericana e os conteúdos da TV. Entretanto, como Holzbach (2012) aponta, na visão de outros autores como Goodwin (1992) e Austerlitz (2007), o videoclipe serve de complemento tanto à música quanto ao grupo ao qual ela está vinculada. Além disso, a autora assinala a relação complexa do videoclipe dentro da cultura musical, que envolve “tensões entre televisão e gravadoras, expectativas de gênero musical e construção de imagem dos artistas, entre outros elementos” (HOLZBACH 2012, p. 132). Ela afirma ainda que apesar da forte ligação do videoclipe com outros produtos audiovisuais, ele detém características “singulares”, como a transformação que ocorre na música quando unida às imagens, que a tornam diferente da original, tornando-se “música audiovisual”. Além disso, os videoclipes correspondem a “expectativas de gênero” (idem, p. 133) específicas para cada estilo musical e a imagem que os (as) músicos (as) desejam passar para o público. Os videoclipes da banda O Rappa, por exemplo, refletem a postura do grupo diante de questões sociais das mais diversas, ajudando a propagar a imagem “engajada” da banda.

¹⁷As músicas da segunda parte das sequências de aberturas são compostas especialmente para cada filme. John Berry compôs para os temas de abertura até 1987. Essas músicas ganharam força ao serem interpretadas por nomes como Tina Turner (*007 contra GoldenEye*), Madonna (*007 – Um novo dia para morrer*), Paul McCartney (*Com 007 viva e deixe morrer*), entre outros (HOLSBACH, 2012, p. 138).

Assim como as sequências de aberturas dos filmes de *James Bond* antecederam características da linguagem do videoclipe, a evolução do gênero ao longo do tempo também provocou mudanças nestas mesmas sequências, principalmente a partir da incorporação de elementos da “cultura MTV”, que trouxe para as aberturas de *007* a presença de vozes como as de Madonna e Tina Turner, bem como a publicidade nas sequências de abertura (característica dos videoclipes “MTV”), ao exibir marcas na tela. Além disso, houve o destaque crescente de *James Bond*, o “performer principal” nas cenas, como se fosse um *pop star* num videoclipe (idem, p. 140).

4.1. A transmidialidade em *Minha Alma*

Minha Alma é uma das músicas mais famosas de O Rappa. O grupo é bastante conhecido pela preocupação com questões sociais, traços sempre presentes nas letras de suas canções. O Rappa foi formado em 1993¹⁸, depois que Marcelo Lobato (teclado), Xandão (guitarra), Nelson Meirelles (baixo) e Marcelo Yuka (bateria) acompanharam a turnê de Pappa Winnie pelo Brasil. Os quatro resolveram montar uma banda, unindo-se ao vocalista Falcão. Daí por diante a banda não parou de lançar sucessos como *Pescador de Ilusões* (1996), *A Feira* (1996), *Reza Vela* (2003), *Rodo Cotidiano* (2003). São nove discos lançados até então, com destaque para *Lado B*, *Lado A* (1999), que traz a música *Minha Alma*, cujo videoclipe conquistou os prêmios de Melhor Direção, Fotografia, Edição, Clipe de Rock, Clipe do Ano e Escolha da Audiência, no Video Music Brasil (VMB), pela MTV Brasil. Além de nove discos e quatro DVDs lançados, a banda socialmente engajada participou junto ao AfroReggae, do projeto “Na Palma da Mão”, doando parte da renda com a venda dos discos para ajudar jovens carentes em programas educacionais, com o apoio da FASE (Federação de Órgãos para a Assistência Social e Educacional).

O videoclipe de *Minha Alma* foi dirigido por Kátia Lund e Breno Silveira, com roteiro de Paulo Lins. Segundo Luiza Lusvarghi (2003), no artigo *Minha alma – Rap, Realismo e Reportagem no videoclipe*¹⁹, o videoclipe foi gravado no Morro do Macaco, em Vila Isabel, no mês de setembro de 1999. Lusvarghi afirma que a ideia do roteiro surgiu depois que o baterista e compositor de *Minha Alma*, Marcelo Yuca, assistiu ao documentário *Notícias de*

¹⁸Informações retiradas do site oficial da banda: <http://www.orappa.com.br/index.php>.

¹⁹Trabalho apresentado na Sessão de Temas Livres, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

uma guerra particular, de João Moreira Salles e Kátia Lund. Então, o baterista convidou Lund para dirigir um videoclipe com aquele estilo. O videoclipe foi filmado na mesma época em que garotos moradores de comunidades cariocas participavam das oficinas de atuação de Fátima Toledo para o filme *Cidade de Deus* (2002), portanto os atores amadores que participaram do videoclipe também participaram dessas oficinas. Kátia Lund e Paulo Lins estavam envolvidos nas duas produções, o que reforçou as influências estéticas entre elas.

Assim, o videoclipe da música *Minha Alma* é um recorte do cotidiano de meninos moradores da favela, que decidem descer até o “asfalto” para satisfazer o desejo do menor entre eles, apelidado ironicamente de “Gigante”, em fazer um passeio até a praia. Porém, ao descerem até o “asfalto” são confundidos com ladrões, o que desencadeia uma situação de conflito entre a polícia e a população. Como Lusvardi afirma, o Rappa faz parte de um número de artistas no Brasil que utilizam o videoclipe como veículo antirreportagem, no intuito de tratar das grandes questões sociais do País, como a fome, a pobreza e a violência, através de vídeos que não correspondam ao jornalismo sensacionalista das emissoras de TV. Destarte, a micro-história do videoclipe de *Minha Alma* intenta servir como instrumento de denúncia da violência.

Para perceber o videoclipe *Minha Alma* como ampliação da narrativa transmídia em *Cidade de Deus*, é importante descrever sua narrativa, a fim de apontar os aspectos que o aproximam desse “universo”.

O videoclipe inicia mostrando alguns dos garotos descendo a ladeira da favela. A imagem propositalmente “tremida” que perdurará durante todo o videoclipe revela o recurso da “câmera na mão”, muito utilizada para reforçar o estilo documental e intensificar a ação em filmes como *Cidade de Deus* (2002). *Minha Alma* contém a coloração em preto e branco, o que, segundo Kátia Lund, serve para dar a impressão de “xerox”, “desglamurizar a violência”, trazendo “imagens sujas”, diferente da “espetacularização da notícia” nas imagens coloridas da TV (LUND apud LUSVARGUI, 2003, p. 5).

Ao descer o morro, os garotos cumprimentam as pessoas que passam pela rua e logo depois se reúnem com outros meninos ao redor de um fusca velho. Eles discutem sobre onde devem ir, enquanto a câmera rapidamente vai focando o rosto dos personagens. Até o momento, o som é direto, captando os ruídos ambientes e diálogos, mas sem a inclusão da música. Um dos meninos deixa a decisão do rumo do passeio a cargo do menor apelidado ironicamente de “Gigante”. O pequeno anseia ir “pra praia”, como o próprio diz no diálogo

que antecede o início da música. Um dos garotos parece não gostar da ideia, pois aparentemente teme a direção do passeio pela relação “ambivalente” entre o “morro” e o “asfalto”. Mesmo assim, o grupo segue ladeira a baixo e a música inicia.

A micro-história contada no videoclipe não é exatamente um correlato visual do que expressa a letra da canção de O Rappa. A música reflete sobre um tipo de “paz” que aprisiona e nega a violência existente além das “grades do condomínio”. A letra também faz uma crítica à alienação causada pelos conteúdos da televisão no trecho “procurando novas drogas de aluguel nesse vídeo coagido”.

Os garotos que andam alegremente continuam cumprimentando pessoas ao longo do caminho, parecem bastante conhecidos e queridos pela população. Essa aproximação apontada no início parece servir para dimensionar o tamanho da revolta das pessoas em relação ao que está prestes a acontecer. Quando os meninos chegam ao “asfalto”, há uma sequência de planos rápidos mostrando transeuntes, comerciantes e pessoas nos bares. Alguns indivíduos aparentam desconfiança pela chegada dos garotos que aparecem nesta sequência circulando entre as pessoas. Nesse momento do videoclipe, os integrantes da banda aparecem também e brincam com os garotos, agindo como “figurantes” que compõem o cenário, assinalando a tendência de afastamento dos artistas do “centro das atenções” como apontou Machado (2000) anteriormente.

Em seguida, ao tentar apanhar o dinheiro que cai no chão e devolvê-lo ao guarda que compra um frango numa barraca, o irmão mais velho de Gigante é imediatamente confundido com um ladrão, e é arrastado por policiais, enquanto os outros garotos correm. Daí por diante os planos são tão mais rápidos e secos – sinalizando o conflito – que é difícil fazer uma distinção entre as imagens que se passam. A população tenta impedir os policiais de levarem o “suposto criminoso”, mas ele é morto com um tiro atrás de um carro, o que desencadeia a reação ainda mais revoltada da população. O aumento do ritmo dos planos guarda semelhanças com o que ocorre em *Cidade de Deus* (2002), sobretudo na última parte do filme, pois nos dois casos o aumento da velocidade das imagens serve para indicar uma situação de conflito generalizado e causar a sensação de tensão.

Vemos a confusão tomar uma dimensão cada vez maior através do olhar do pequeno Gigante, que assiste ao confronto entre a polícia e a população sem entender o motivo de tamanha violência. Aqui, a edição faz uso da montagem em campo e contracampo, porém do

tipo mais identificado com a subjetividade do personagem Gigante. A câmera subjetiva²⁰, simulando o ponto de localização do personagem no drama, valoriza o olhar do garoto e os planos com ângulo em contraplongê²¹ demonstram a fragilidade de Gigante diante da situação, enquanto os primeiros planos rápidos e instáveis sinalizam a angústia no olhar perdido do garoto. A arma do policial e a expressão horrorizada de algumas pessoas são exibidas numa sequência em primeiríssimos planos. Algumas pessoas correm, outras destroem estabelecimentos, roubam produtos, tudo sob o olhar do pequeno garoto, que termina sozinho no final do videoclipe, em um plano geral com angulação em plongê²², posicionado no canto superior direito da tela, aumentando a sensação de fragilidade e ingenuidade do garoto diante da “grande ruína” do que restou do conflito, sem nenhum som de fundo, em silêncio, alguns segundos depois do fim da música.

Assim como é recorrente nas outras produções relacionadas à *Cidade de Deus*, o videoclipe também aborda a fragilidade das crianças em meio a violência, que acaba, por vezes, permeando de forma cruel a infância dos indivíduos que moram nas favelas, tornando-os “adultos precoces”, passíveis de enxergar a vida no crime como única alternativa.

Para elucidar a narrativa transmidiática no videoclipe de *Minha Alma*, é preciso observar como esta se desenvolve desde o romance, ao perceber as ligações estéticas e temáticas que fazem das produções comentadas no segundo capítulo partes do mesmo “universo”, e como estas partes contribuem de forma autônoma para o todo, como propõe Jenkins (2009). É importante ressaltar que esta análise não ocorre de forma hierárquica ao começar pelo romance e “fechando” com o videoclipe, mas apenas pretende “refazer o caminho” da narrativa de CDD, tendo em vista que há sempre um movimento de ida e volta numa experiência transmidiática como esta.

Todas as produções se aproximam por retratar a difícil realidade presente nesse espaço que é a favela. O romance “etnográfico” de Paulo Lins faz uma colagem das histórias dos indivíduos que moram em Cidade de Deus e, desse modo, certas situações começam no ponto em que outras terminam, tornando a narrativa um emaranhado de micro-histórias sem um

²⁰ “processo através do qual o olho da câmera se identifica ao olho do espectador por intermédio do herói” (MARTIN, 2005, p. 41).

²¹ Na tradução portuguesa do livro *A Linguagem Cinematográfica* (2005) de Marcel Martin, o *contra plongê* é conhecido como *contrapicado*, que consiste em filmar o assunto de baixo para cima, para dar “uma impressão de superioridade”, pois “engrandece os indivíduos” (...) (idem, p. 51). No caso de *Minha Alma*, essa angulação denota o campo de visão referente à estatura da criança.

²² O *plongê* ou *picado* é um tipo de angulação de cima para baixo que tende a tornar o assunto filmado “pequeno, esmagando-o moralmente ao coloca-lo no nível do solo”, como um “brinquedo do destino” (ibidem).

protagonista fortemente marcado. Assim, podemos afirmar que a personagem principal é o próprio espaço, a favela Cidade de Deus, pois toda a ordem de acontecimentos se dá para acompanhar a mudança que a favela sofre ao longo do tempo. E o fato de não haver um espaço fora dela acentua ainda mais a impressão de que os personagens estão fortemente “atrelados” ao lugar.

No filme há algumas mudanças ou “oscilações” conforme o pensamento de Linda Hutcheon (2011). Na adaptação cinematográfica, de Meirelles e Lund, a história desenrola-se do ponto de vista de Busca Pé (que no livro é apenas mais um dos personagens), um garoto que nega a violência e o destino do seu irmão Marreco. Além disso, alguns personagens, pouco referidos no romance, ganham maior destaque, enquanto que outros são fundidos em um só personagem. Sem falar que na passagem do livro ao filme, outros desaparecem e o nome da maioria dos personagens muda (MEIRELLES, 2003, p. 34).

Como demonstrado por Hutcheon (2011), na passagem do modo “contar” para o “mostrar”, a escrita dá lugar à imagem e sua linguagem, nesse caso a cinematográfica. Para trazer um novo olhar sobre a história, a adaptação de CDD apresenta cor, iluminação e planificação diferentes ao longo do tempo diegético. O longa-metragem apresenta mudanças estéticas gradativas para assinalar a passagem de tempo entre os anos de 1960, 1970 e 1980. No início, predomina o uso dos planos gerais, utilizados para mostrar a dimensão da favela em formação. As cores têm um matiz mais alaranjado, quase sépia, para marcar o período solar e ainda de esperanças. A partir da década de 1970, as cores são mais fortes e variadas e os planos tendem a ser mais fechados. Também a fotografia é menos homogênea e a iluminação é menor. É a fase do filme em que a maioria dos garotos entra na adolescência, o tráfico está em pleno desenvolvimento e a favela torna-se um lugar mais perigoso “fechado”, quando comparado à época anterior. Nos anos de 1980, o tom é mais azulado e os contrastes entre claro e escuro, planos fechados e rápidos, denunciam o ápice do conflito.

Já *Cidade dos Homens* (2002), como visto no segundo capítulo, é uma série de crônicas sobre o cotidiano de Laranjinha (Darlan Cunha) e Acerola (Douglas Silva). Os dois atores – assim como muitos outros que integram *Cidade dos Homens* – estão presentes também em *Cidade de Deus* (2002). Darlan Cunha representou um dos meninos que ingressaram na guerra entre Mané Galinha (Seu Jorge) e Zé Pequeno (Leandro Firmino da Hora), enquanto Douglas Silva fez o próprio Zé Pequeno quando era criança e ainda chamava-se Dadinho. Na série, Laranjinha e Acerola lidam em muitas situações com

problemas parecidos com os apresentados em *Cidade de Deus* (2002), porém de uma forma menos trágica e mais bem humorada, cheia de lições sobre caráter, preconceito, criminalidade etc, demonstrando um lado mais otimista da vida na favela, muito embora o fim da minissérie não seja tão otimista no sentido de um clássico final feliz.

Cidade dos Homens, por mostrar uma variedade maior de situações, algo que é inerente ao formato serializado, e também por estar voltada de forma mais efetiva para o público adolescente, contém iluminação mais “solar”, uso de planos mais abertos e ritmo menos acelerado em comparação à adaptação de Meirelles e Lund. Podemos afirmar que se aproxima mais da linguagem visual utilizada no início de *Cidade de Deus* (2002). A série também rendeu um filme homônimo, lançado em 2007, com estética parecida, no qual Laranjinha e Acerola acabam de completar 18 anos e enfrentam as dificuldades da vida adulta. Acerola tenta criar o filho, enquanto Laranjinha procura pelo pai. Em meio aos próprios problemas, os dois ainda se deparam com uma guerra entre facções inimigas na favela.

Como podemos observar o videoclipe da canção *Minha Alma* se conecta fortemente por afinidades temáticas e estéticas ao “universo CDD”, sobretudo com a estética do filme *Cidade de Deus* (2002). É importante ressaltar aqui a crítica lançada sobre a adaptação do romance, justamente pela presença da “estética videoclipe”, seja no ritmo frenético dos planos e mudanças bruscas de angulação, no contraste entre cores etc., traços vistos como um tratamento “cosmético da violência”, como foi explanado no segundo capítulo. A presença da linguagem do videoclipe no filme denota a diluição das fronteiras dos gêneros, característica da era da convergência. Desse modo, a estética utilizada em *Cidade de Deus* já continha elementos presentes em *Minha Alma*, o que reforça o movimento de influência e convergência entre as produções.

Ao atentar para o videoclipe podemos perceber a sua aproximação com as outras produções do “universo”. Por exemplo, poderíamos facilmente acrescentar à micro-história do videoclipe a colagem de situações presentes no romance de Paulo Lins. Os garotos do videoclipe poderiam também estar entre os amigos de Laranjinha e Acerola, pois vivenciam os mesmos problemas pelos quais os protagonistas de *Cidade dos Homens* (2002) passam no cotidiano, ao serem comumente tratados como pequenos bandidos (senão, ao menos em potencial).

Ao observar também, por exemplo, o desfecho do videoclipe, quando Gigante se encontra sozinho em meio aos detritos resultantes do confronto entre a polícia e a população, poderíamos imaginar o possível futuro próximo do menino, que, revoltado com a morte do irmão, poderia ingressar no crime tal qual os meninos da “Caixa Baixa”, em *Cidade de Deus* (2002). “Gigante” é inclusive o nome do último personagem a aparecer no final do filme de Meirelles e Lund, justamente quando os Meninos da Caixa-Baixa matam Zé Pequeno e são vistos entrando nos becos da favela.

A maioria dos garotos que atuam em *Minha Alma* contracena também em *Cidade de Deus* (2002) e *Cidade dos Homens* (2002), proporcionando uma identificação imediata, uma sensação de familiaridade “palimpséstica”, nos termos de Hutcheon (2011), para o consumidor que teve acesso a todas as produções do “universo CDD”. Portanto, se, por exemplo, alguém assiste ao videoclipe *Minha Alma* sem ter conhecimento sobre o filme *Cidade de Deus* compreenderá a narrativa do videoclipe autonomamente, porém não conseguirá perceber que há nele elementos que fazem parte de um universo maior, percepção realizada plenamente na experiência dos vários canais para uma contemplação do todo, como pretende a narrativa transmídia.

Portanto, a partir da observação do videoclipe junto às outras produções acima, podemos afirmar que *Minha Alma* participa da ampliação do universo transmidiático de *Cidade de Deus*, suplementando-o com a micro-história.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta monografia objetivou demonstrar como a narrativa transmídia “aconteceu” em *Cidade de Deus*, elucidando de que maneira uma história que se pretendia “linear” pôde transformar-se em um “universo”, um todo que pode se expandir ainda mais, como deve ser uma experiência transmidiática, na qual os fãs podem experimentar esse espaço de CDD e identificar-se com as histórias dos personagens nas diferentes plataformas de mídia, ou, nas palavras de Linda Hutcheon (2011), nos diferentes “modos de engajamento”. A partir da observação dos elementos temáticos e estéticos das outras produções, percebemos que o videoclipe *Minha Alma* participa da ampliação desse “universo”, através do elenco amador, dos personagens, do espaço diegético e da linguagem utilizada, acrescentando mais uma micro-história ao mosaico de CDD.

Como foi demonstrado através dos estudos de Henry Jenkins (2009), a narrativa transmídia é uma forma narrativa que oferece um tipo de experiência aberta e expansiva aos consumidores. Por conta disto, também pudemos perceber o quanto essa forma de contar histórias é vantajosa do ponto de vista econômico, pela possibilidade de investimento em diversos nichos do mercado de entretenimento. As empresas midiáticas têm voltado a atenção para iniciativas nesse sentido, fazendo parcerias ou mesmo fundindo-se em grandes corporações para produzir conteúdos que fluam por diversos canais e atendam aos mais variados gostos do público.

Os novos consumidores da era da convergência são ativos e exigentes e não se satisfazem mais com experiências passivas de entretenimento. Querem participar, produzir e expandir os produtos midiáticos que consomem. Vimos nesta discussão que esse desejo de participação por vezes choca-se com os interesses das empresas midiáticas em deter todo o controle sobre o que produzem. Além disso, a movimentação do público pode ir além da “brincadeira”, mobilizando as pessoas para resolver questões em comum maiores, abrangendo o exercício da inteligência coletiva. Alguns indivíduos estão preparados para esse novo modo de se relacionar com os conteúdos midiáticos, trazido pela convergência dos meios de comunicação, enquanto outros ainda agem com desconfiança diante das mudanças que podem ocorrer e daquelas que já estão acontecendo. Mas, como Henry Jenkins (2009) deixa claro, não é algo de que possamos fugir, pois todos já estamos – em maior ou menor grau – vivendo na era da convergência.

REFERÊNCIAS

BENTES, Ivana. **Estéticas da violência no cinema**. Disponível em: <www.eco.ufrj.br/semiosfera/anteriores/especial2003/conteudo_ibentes.htm>. Acesso em 29 de jun. 2013.

BRAVO. A saga que mudou o cinema brasileiro, setembro, 2007.

CERQUEIRA, Patricia. Os assaltos literários de Paulo Lins. In: BOTELHO, Marcos. (Org.). **Seis passeios por Cidade de Deus**. Feira de Santana: Universidade Estadual de Feira de Santana, 2007.

CIDADE de Deus. Direção: Fernando Meirelles e Kátia Lund. Produção: O2 Filmes. Roteiro: Fernando Meirelles e Bráulio Mantovani. [S.l.]; O2 Filmes, Globo Filmes, Rio Filmes, 2002. (1 filme 114 min), Son., Color., 35mm.

CIDADE de Deus. Prêmios, indicações e festivais. Disponível em: <http://cidadededeus.globo.com/premios.htm>. Acesso em 17 de jun. 2013.

CIDADE dos Homens. Direção: Cesar Charlone, Fernando Meirelles, Katia Lund, Paulo Lins, Regina Casé. O2 Filmes, Central Globo de Produção, 2002. (1 DVD).

CIDADE dos Homens – O Filme. Direção: Paulo Morelli. Produção: O2 Filmes. Roteiro: Elena Soárez, Paulo Morelli. O2 Filmes, Globo Filmes, Fox Film, 2007. (1 filme 147 min), Son., Color, 35 mm.

GAUDREAU, André. JOST, François. **A narrativa cinematográfica**. Brasília: Editora UNB, 2009.

GOMES, Wilson. **A Poética do Cinema e a questão do método em análise filmica**. Disponível em: www.moodle.ufba.br/mod/resource/view.php?id=23742. Acesso em 07 nov. 2013.

HOLZBACH, Ariane. **007 a favor do videoclipe**: as sequências de abertura dos filmes de James Bond como experiência sonora e visual. In: SÁ, Simone Pereira de. Costa, Fernando Moraes da. (Orgs.). **Som + Imagem**. Rio de Janeiro: 7 letras, 2012.

HUTCHEON, Linda. **Uma teoria da adaptação**. Florianópolis: Editora UFSC, 2011.
INFOESCOLA. Mainstream e Underground. Disponível em: <http://www.infoescola.com/artes/mainstream-e-underground/>. Acesso em 21 nov. 2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 2000.

LINS, Paulo. **Cidade de Deus**. 2. Ed. São Paulo: Companhia das letras, 2002.

LUSVARGHI, Luiza. Minha Alma – Rap, realismo e reportagem no videoclipe. In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. BH/MG, Set. 2003.

MACHADO, Arlindo. A reinvencão do videoclipe. In: **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2000.

MARTIN, Marcel. **A linguagem cinematográfica**. Lisboa: DINALIVRO, 2005.

MEIRELLES, Fernando, MANTOVANI, Bráulio. **Cidade de Deus**: roteiro. Rio de Janeiro: Objetiva, 2003.

OLIVEIRA, Maria Marly de. Conhecendo alguns tipos de pesquisa. In: **Como fazer pesquisa qualitativa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

PENKALA, Ana Paula. **Cidade de Deus e o olhar documental**: Estratégias formais para a denúncia da violência. Disponível em: <http://www.academia.edu/625645/Cidade_de_Deus_eo_olhar_documental_Estrategias_formais_para_a_denuncia_da_violencia>. Acesso em 03 out. 2013.

PENNA, Luciana Artacho. A bala e a fala. **Revista Cult**, 27-29, jan, 1998.

PIERRY, Marcos. O segredo de Cidade de Deus. **Kino Digital** – Revista Eletrônica de Cinema e Audiovisual, nº 1, dez. 2006. Disponível em: <<http://www.kinodigital.ufba.br/edicao1/pdf/cidadededeus.pdf>>. Acesso em 03 out. 2013.

PITTY. Na sua estante. Direção: Sérgio Guilherme Filho, Talita Galvani. Disponível em: <<http://clipestesia.com.br/10/na-sua-estante-o-clipe-ludico-dramatico-da-baiana-roqueira-pitty/>>. Acesso em 10 out. 2013.

PONTES, Pedro. Linguagem do videoclipe e as questões do indivíduo na pós-modernidade. **Sessões do Imaginário**, Porto Alegre, nº 10, 47-51, nov. 2003.

PORTO, João Paulo. 0182. O Rappa | A Minha Alma (a paz que eu não quero). Disponível em: <<http://1001videoclips.com/?p=3345>>. Acesso em 13 de jul. 2013.

RAPPA, O. Minha Alma. Direção: Kátia Lund, Paulo Lins e Breno Silveira. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=vF1Ad3hrdzY>>. Acesso em 19 de abr. 2013.

_____. Site oficial. Disponível em: <<http://www.orappa.com.br/index.php>>. Acesso em 25 out. 2013.

RIBEIRO, Paulo Jorge. Entre reflexividade e estetização da violência. In: XXIX Encontro Anual da ANPOCS, 2005. GT "**Imagens e sentidos: a produção de conhecimento nas ciências sociais**". Disponível em: <<http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com>>. Acesso em 05 out. 2013.

ROCK, Edi. That's My Way. Direção: Rabu Gonzales. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=ysfm_adxRrI>. Acesso em 09 out. 2013.

ROCHA, Simone Maria. Análise de conteúdo articulada à análise de gênero televisivo: proposta metodológica para interpretação das representações nas narrativas midiáticas. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, v. 2, 121-134, mai/ago, 2008.

SCHWARZ, Roberto. “CIDADE DE DEUS”. In: **Seqüências Brasileiras: ensaios**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

SHUKER, Roy. **Vocabulário de música pop**. São Paulo: Hedra, 1999.

SOARES, Thiago. “We Dance To The Beat”: audioimagens, regimes audiovisuais e novas poéticas do videoclipe. In: SÁ, Simone Pereira de. Costa, Fernando Morais da. (Orgs.). **Som + Imagem**. Rio de Janeiro: 7 letras, 2012.

SOUZA, Licia Soares de. Cidade de Deus, Tropa de Elite. In: **Literatura e cinema: traduções intersemióticas**. Salvador: EDUNEB, 2009.