

A FAVELA NA POLÍTICA CULTURAL DO RIO DE JANEIRO

Jorge Luiz Barbosa¹

A cidade é a expressão da pluralidade de experiências afetivas, existenciais e estéticas. Todavia, a padronização cultural retira da cidade a criatividade necessária para inventar desejos, emoções e convivências. Enquanto a homogeneização das práticas socioculturais enfraquece o significado do viver na presença do outro, a diferença teimosamente demonstra a pluralidade da cultura em suas múltiplas possibilidades de inventar sociabilidades. Diante das condições sociopolíticas do ato de produção da cultura no mundo contemporâneo, torna-se necessário, de modo inadiável, colocar o debate da cultura em um campo mais complexo e superar o seu tratamento hegemônico como bem e/ou serviço que tem se prestado à mercantilização da vida pública e ao esvaziamento de experiências subjetivas compartilhadas.

A cidade do Rio de Janeiro é celebrada pelo seu cosmopolitismo cultural e sua importância nos roteiros turísticos internacionais. Não é ocioso lembrar que as práticas estéticas populares têm um papel decisivo na identidade cultural da metrópole carioca. E entre elas se destacam o Carnaval, o samba, o futebol e, mais recentemente, o charme, o funk e o hip-hop. Expressões notoriamente associadas a territórios populares urbanos, especialmente às favelas, mas que os transbordam para doar ao Rio de Janeiro a legenda nacional e internacional de cidade maravilhosa (BARBOSA, 2010).

Apesar dos estereótipos de pobreza e dos estigmas de criminalização que ainda marcam as favelas, a riqueza de suas expressões estéticas e de seus modos de afirmar a sua pluralidade cultural é admirável. Essas são as conclusões da pesquisa qualitativa sobre práticas e hábitos culturais realizada pelo Observatório de Favelas em cinco favelas cariocas (Complexo do Alemão, Complexo da Penha, Cidade de Deus, Mangueiras e Rocinha)² no ano de 2013. Embora não sejam definidas por uma elaboração nos padrões da produção hegemônica, os repertórios culturais das favelas geram obras em redes de sociabilidade que inventam, integram e renovam experiências estéticas urbanas. É com essa pegada que colocamos em destaque as favelas como expressão da riqueza cultural do espaço urbano contemporâneo e, sobretudo, analisamos como apontam caminhos possíveis de um projeto de encontros generosos, fraternos e solidários, tendo a relação entre cultura e cidade como uma de suas principais mediações.

A condição urbana da cultura

A cidade se tornou o centro da produção cultural da modernidade. Pode-se argumentar que o espaço urbano, ao concentrar equipamentos (museus, teatros, cinemas, universidades, parques, estádios) e produtos tangíveis e intangíveis (sonoros, visuais, picturais, memoriais), responde pela realização dos mercados de produção e consumo cultural.

¹ Diretor do Observatório de Favelas e professor da Universidade Federal Fluminense (UFF). Contato: jorge@observatoriodefavelas.org.br.

² Projeto Solos Culturais (2013), desenvolvido pelo Observatório de Favelas e realizado com o apoio da Secretaria de Estado de Cultura do Rio de Janeiro e da Petrobras.

Entretanto, para que a cidade continue como um espaço privilegiado da criação e da comunicação da cultura, é preciso que a pluralidade de concepções, práticas e hábitos ganhe representatividade social e reconhecimento político.

Os atos de invenção e de reprodução da cultura não estão dissociados. Eles se encontram em relações recíprocas de tensão e, de modo mais específico, desafiam o próprio devir do significado da cultura na sociedade urbana. A própria cidade, como espaço de encontros contraditórios, responde pelo conflito homogeneidade/pluralidade de marcações simbólicas, uma vez que revelam aproximações e distanciamentos entre sujeitos portadores de juízos, valores e pertencimentos que definem as condições sociopolíticas de realização urbana da cultura.

É bem verdade que os meios de produção, circulação e consumo cultural têm se expandido consideravelmente, sobretudo a partir da difusão de tecnologias de informação e de comunicação. Isso provoca novas condições de percepção e recepção que anulam fronteiras físicas mais ou menos rígidas do passado. Enlaces, tensões, hibridismos e colagens culturais passaram a fazer parte de nosso cotidiano de modo mais intenso e plural, mergulhando nossas vidas em experiências múltiplas de intersubjetividades características do período de compressão do tempo e do espaço (HARVEY, 1992).

As relações entre cultura e cidade são múltiplas e, no período contemporâneo, assumem dimensões cada vez mais complexas. Como assegura Canclini, as cidades já não são mais espaços culturais monolíticos e fechados, mas, sim, espaços de interação em que as identidades e os sentimentos de pertencimento são formados com recursos materiais e simbólicos de origem local, nacional e transnacional (2007, p. 153). Não é sem razão que a cultura adquiriu um papel de centralidade na vida social urbana e se inscreveu em um amplo campo de disputas de significado para diferentes agentes (Estado e mercado), atores (movimentos e instituições da sociedade civil) e sujeitos sociais (criadores e consumidores).

É nesse cenário que gestores e planejadores atuam para conferir às cidades as condições de competitividade global. Para tanto, faz-se imprescindível um conjunto de investimentos públicos e privados em comunicação, segurança e mobilidade adequados ao empresariamento urbano. É justamente nesse contexto da política urbana em curso que as cidades podem disputar posições, em termos de investimentos para a instrumentalidade material e para a especialização funcional de suas espacialidades (HARVEY, 2005), não somente para ampliar sua capacidade produtiva, mas também para alcançar a competitividade que as potencialize como objetos de consumo.

Todavia, é preciso que as cidades se apresentem como espaços atrativos, estimulantes e agradáveis para empreendimentos corporativos. É sob esse viés que a cultura assume um papel fundamental na economia política urbana da contemporaneidade:

[...] convém a necessidade de realizar estas atuações mediante “produtos” como, por exemplo, programas de construção de hotéis, campanhas promocionais de ofertas turísticas integradas, projetos culturais, venda de imagem de cidade segura e atrativa, campanhas específicas de atração de investidores e congressistas (BORJA & CASTELLS, 1997, p. 192).

Torna-se imperioso dotar os lugares de identidades culturais que demonstrem um diferencial, ou uma raridade, diante do concerto de homogeneização das cidades. Exposições artísticas, eventos esportivos e *clusters* turísticos

se tornaram recorrentes na disputa global entre as metrópoles. A cultura como espetáculo é a marca do processo das intervenções urbanas focalizadas e inclusive estabelece processos de despossessão, em que grupos sociais são excluídos de seus territórios de morada:

Os equipamentos culturais, que frequentemente são acionados como instrumentos para a “revitalização”, são os ícones do chamado processo de “gentrificação cultural”, ou seja, “um enobrecimento ou emburguesamento das atividades culturais urbanas” (VAZ & JACQUES, 2003, p. 133).

É nesse sentido que a atual produção do espaço social torna a cidade um objeto de consumo, cujo dispositivo de realização é a estetização dos lugares conferida pelos empreendimentos culturais públicos e privados. Essa estratégia vem radicalizando desigualdades socioeconômicas sem ocultar o seu propósito de afirmar o mercado globalizado de produção de bens e serviços simbólicos para novos domínios exclusivistas de consumo cultural e turístico.

Como relembra Slater (2002), a cultura do consumo designa um acordo social mediado pelo mercado, e se realiza através de jogos de criação, incorporação e difusão de imagens simbólicas que cada lugar da cidade passa a ter. Nessa mesma perspectiva, Beatriz Sarlo também considera que “os bairros ricos configuraram seus próprios centros, mais limpos, mais ordenados, mais bem vigiados, mais iluminados e com ofertas materiais e simbólicas mais variadas” (SARLO, 1997, p. 14).

Na construção de uma renovada imagem urbana, entram em cena a cultura, o turismo e a segurança como meios de promoção empresarial, sobretudo com a intenção de difundir representações discricionárias em consonância com uma complexa rede de interesses que envolve incorporadores imobiliários, empresas financeiras, corporações de construção civil, estúdios de design arquitetônico e o próprio poder público em suas distintas instâncias de gestão e intervenção urbana. Trata-se, portanto, de um processo sociopolítico que vem se constituindo como argamassa de ressignificação das cidades, sobretudo com a acirrada competição global em que mergulharam.

É nesse cenário urbano que gestores e planejadores atuam para conferir às cidades as condições de competitividade global. Para tanto, torna-se imprescindível um conjunto de investimentos públicos e privados em comunicação, segurança e mobilidade adequados ao empresariamento urbano. Há, portanto, uma política urbana em curso que faz das cidades um espaço de investimentos para a instrumentalidade material e para a especialização funcional dos lugares, não somente para ampliar sua capacidade produtiva urbana, mas também para alcançar a competitividade global que modela as cidades como objetos de consumo do mercado.

A imperiosa mudança urbana em causa é simultânea à apropriação do intangível. A busca por autenticidade cultural das cidades faz com que determinados repertórios até então considerados marginais ao *mainstream* do gosto e do gozo estético possam ser capturados pelo mercado como signo de diferenciação qualificada da cidade. Como alertam Hall e Mellino (2001), o “popular”, o “periférico” e o “negro” são designações que sempre carregaram uma forte conotação de autenticidade e, na atualidade, passam a ser expostas cada vez mais como objetos de consumo de massa e seus territórios de realização são tomados como espetáculos de identidades culturais.

Desse modo, a apropriação do intangível passa a contribuir não somente para o mercado de consumo de bens cul-

turais, mas também da própria cidade, agora tratada como espetáculo, sobretudo a partir de valorizações subjetivas que incorporam o ethos popular³ à afirmação de uma imagem de espaço criativo, diverso e aberto a inovações.

É nesse contexto urbano de contradições e conflitos que a cultura se inscreve como central na disputa política do espaço socialmente produzido, para além do debate da distinção de capitais simbólicos que estabelecem posições de supremacia e privilégio de classes, grupos e indivíduos na sociedade urbana. Esse é o campo de forças simbólicas e práticas políticas no qual se insere o nosso debate sobre o papel das favelas no âmbito das políticas culturais, na particularidade da cidade do Rio de Janeiro.

A cultura em territórios plurais

Considerarmos que a cultura é muito mais do que um conceito normativo empregado para definir distinções entre práticas sociais ou mesmo de produção/consumo de bens estéticos. A cultura diz respeito às vivências concretas dos sujeitos no ato de conceber e conhecer o mundo, a partir das semelhanças e diferenças que são construídas em suas histórias de existência.

Pode-se afirmar, então, a cultura como produto do encontro de saberes e fazeres na pluralidade da vida social. Portanto, devemos considerar que ela se constrói do movimento próprio das relações dos indivíduos entre si e com a experiência de realização da vida. Com isso, ela promove a significação do ser-no-mundo.

Se a pluralidade das culturas urbanas resulta de cenários de diferença, é possível afirmar que a produção e o consumo cultural são próprios às trocas simbólicas em redes de sociabilidade. Todavia, como podemos afirmar a cultura como ato e potência da diferença em espaços socialmente ordenados em hierarquias de consumo de bens simbólicos, geralmente fundados em arbítrios de superioridade social (e, não raras vezes, racial)? Para enfrentar esse desafio, é preciso incorporar as invenções, as linguagens, os costumes e as práticas que nos mantêm e nos transformam como seres do mundo: isto é, a cultura que pulsa no território.

Consideramos que as existências sociais são culturalmente construídas, as demarcações espaço-temporais emergem como forças vitais que fundam as diferenças de gostos, estilos, hábitos, crenças e costumes. Nesse percurso, estamos estabelecendo uma nítida relação entre o fazer da cultura em sua expressão territorial, uma vez que o território é o fundamento do trabalho, o lugar da residência, das trocas materiais e espirituais e do exercício da vida (SANTOS, 2002, p. 10).

No território estão as cristalizações de símbolos, memórias e valores que encarnam o sentido da cultura. E é por meio da apropriação do território que se geram usos e estilos, em combinações de maneiras de fazer e invenções do saber inscritas em posições, disposições e recepções culturais socialmente construídas. É no território que a cultura ganha sua dimensão simbólica e material e abre as possibilidades de sua apropriação como conceito e de sua visibilidade como prática social (BARBOSA, 2006).

³ Roger Chartier qualifica o popular como uma relação de intersubjetividade produtora de um modo de utilizar imagens, normas e objetos em circulação na sociedade, mas que são recebidos, traduzidos e elaborados sob processos diversamente criativos (CHARTIER, 1995).

Por outro lado, não devemos considerar o território como um recorte de chão fechado em si mesmo e com fronteiras absolutamente rígidas ou impermeáveis. O território deve ser percebido e vivido a partir de franjas porosas, por onde as relações de troca de ideias, de valores, de práticas e de objetos se realizam em intensidades diversas. Reconhecer franjas de comunicação entre culturas e territórios significa afirmar que a circularidade de produtos, práticas e imaginários é indispensável para o enriquecimento de sociabilidades e, sobretudo, para um projeto de cidade democrática, uma vez que a cultura é uma construção que permite aos seres humanos interrogar o seu cotidiano e projetar-se na direção do futuro.

É nessa perspectiva que, ao buscarmos a identidade de um território ou de um lugar na cidade, certamente a encontraremos como interseção de práticas e espaços que superam a noção de localidade e de comunidade como experiências fixas e essencialistas. Abordamos, então, o tema da partilha do sensível em sua dimensão espacial enunciada por J. Rancière:

A partilha do sensível faz ver quem pode tomar parte no comum em função daquilo que faz, do tempo e do espaço em que essa atividade se exerce [...]. Define-se o fato de ser o visível num espaço comum, dotado de uma palavra comum etc. (RANCIÈRE, 2009 p. 16).

Estão em causa as hierarquias impostas ao ato da produção, da distribuição e do consumo cultural. De um lado, emergem as relações horizontais de produção e apropriação da cultura, por meio das quais as fronteiras territoriais se tornam porosas, portanto, permeáveis à comunicação de experiências e à incorporação do diferente em sua presença legítima. E, de outro, as relações verticais, definidas pelo status social e pela distância territorial, que constituem indivíduos e coletivos (grupos e classes) exclusivistas de produção e consumo cultural em padrões de não compartilhamento de bens simbólicos (BARTH, 2000, p. 128).

A cidade aparece como um campo de forças simbólicas que se reproduz por meio de práticas de aproximação e distanciamento entre sujeitos corporificados em seus territórios de existência. É nesse sentido que Hillier e Hanson (1984) asseguram que a cultura de uma sociedade é decisiva na produção e na organização social do espaço da casa, da rua e da cidade. Esse papel de mediação na relação dos sujeitos sociais com o espaço reserva à cultura uma condição de centralidade na ação política no contemporâneo, especialmente no que diz respeito às disputas de significação da cidade. Em palavras mais contundentes, a cultura está definitivamente inscrita nas lutas pelo direito à cidade.

A favela como território de reinvenção da cultura urbana

A padronização da produção e do consumo cultural retira da cidade a criatividade necessária para inventar o futuro no presente, uma vez que a homogeneização das práticas culturais reduz a convivência e o aprendizado sociocultural proporcionados pela presença do diferente. Portanto, as cidades contemporâneas nos colocam o desafio de construir reconhecimentos da diferença sociocultural como um valor da sua própria existência na atualidade e o que desejamos para o nosso amanhã.

É o caso da cidade do Rio de Janeiro, que é celebrada em suas notórias marcações culturais e turísticas e cujo emblema “cidade maravilhosa” parece ser sua síntese incontestável. Todavia, não há dúvida de que os elementos culturais populares têm um papel decisivo, e igualmente ambíguo, na construção das lendas imaginárias da cidade, sobretudo as que emergem da pluralidade criativa das favelas.

Embora reúnam signos marcadores da cultura carioca, as favelas são ainda consideradas territórios carentes, miseráveis e violentos. Tais expressões reduzem a vida social das favelas e, de modo mais incisivo, não reconhecem a pluralidade cultural desses territórios populares, criminalizando práticas artísticas como o funk e o hip-hop (BARBOSA & GONÇALVES, 2013).

Apesar dos estigmas da pobreza e da violência que ainda marcam as favelas, é inegável a riqueza de suas expressões estéticas e seus modos significativos de representar e afirmar a sua diferença cultural. Nesse sentido, a cultura não é vivida exclusivamente por meio de objetos ou artefatos, mas, sim, como ação, expressivamente relacional, corpórea e intersubjetiva, pois exprime percursos, memórias, valores e projetos de vida.

Em uma primeira mirada sobre as favelas, não identificamos equipamentos de distinção do gosto e do consumo cultural – museus, cinemas, bibliotecas, teatros etc. – que sejam emblemas hegemônicos do cultivo civilizador. Isso não significa que as favelas não sejam lugares de vivências e invenções estéticas. Suas ruas, praças, becos e esquinas transbordam repertórios imagéticos que trazem universos outros do fazer da cultura.

Então, falamos de sujeitos e práticas criativas com suas cores grafitadas, suas sonoridades multiplicadas, seus bailados de corporeidades e suas memórias figuradas em cenas de identidades em movimento, ou seja, a construção contínua de relações de intersubjetividade que inventam possibilidades outras de sociabilidade na cidade:

[...] os pobres abrem um debate novo, às vezes silencioso, às vezes ruidoso, com as populações e coisas já presentes, encontrando novos usos e finalidades para objetos e técnicas e também novas articulações e novas normas de vida social (SANTOS, 2002, p. 326).

É o sentido da inventividade estética popular que faz de praças, ruas, becos, muros e escadarias o espaço de representações visuais de desejos, promessas e memórias, coloridamente esculpidas com pincéis e sprays. É assim que a polifonia ganha espacialidade em bares, biroskas, restaurantes, clubes e salões para se tornarem cenas de samba, forró, rock, hip-hop, charme e funk. As lajes se tornam coberturas para os sabores da feijoada na roda de pagode, ou então tablados para a encenação de peças teatrais e a exibição de filmes. De um lado da calçada, os salões de beleza esculpem penteados afro para afirmação de pertencimentos. E, de outro, as *lan houses*, barracas de camelôs e biroskas se tornam iconografias desafiadoras de temporalidades diferenciais vividas no território. Enquanto tudo isso acontece, celulares, iPads, iPhones e tablets sintonizam as favelas com a velocidade global. São encontros, percursos e projetos compartilhados porque habitam um mesmo território de pertencimentos na complexidade da vida urbana. Há, portanto, um catálogo vívido de múltiplos estilos, linguagens, tradições e inovações nas favelas como riqueza cultural da própria cidade, embora seja notoriamente desprovida de equipamentos públicos de qualidade.

O mercado de consumo urbano tem adentrado com voracidade nas favelas, prometendo a felicidade com seus

objetos de prestígio social. Descoberta há muito tempo pelo mercado, a favela hoje é reconhecidamente um território de consumidores das classes C e D, que são tratados como público-alvo de distintas empresas para a expansão de vendas de mercadorias mais sofisticadas (bens eletrônicos, roupas e calçados de marcas, cervejas artesanais e cremes naturais), e não só as vinculadas ao consumo imediato⁴.

A própria imagem da favela se tornou um produto de consumo para o turismo internacional de aventuras, e até mesmo para emprestar ambiência de realidade às produções cinematográficas e televisivas⁵. E, como lócus privilegiado da invenção da cultura popular, a favela é muitas vezes tratada como celeiro de talentos (descartáveis) e fonte de culturas extraordinárias (versão atualizada do exótico). Estereótipos da lógica consumista do mercado que buscam incessantemente retirar dos territórios populares o intangível – ou seja, as suas identidades simbólicas – e transformá-lo em commodities espetaculares de consumo.

Curiosamente, os objetos e as imagens de consumo são muitas vezes traídos em suas finalidades mercantis objetivas nas favelas, sobretudo quando são retraduzidos e reinventados em seus usos. O celular é tomado como dispositivo de produção estética de autorrepresentação visual e sonora por parte dos jovens. Os computadores são mobilizados como instrumentos de comunicação compartilhada entre os jovens (notadamente por meio de Facebook, Instagram, chats)⁶. Onde o sentido único parece se instaurar observamos sua transformação em dobraduras de apropriações e, não raramente, em processos de mobilização de atos e linguagens afirmativas de pertencimentos ao território e de novas posições de sujeitos na cena cultural urbana.

Estamos diante de um jogo de disposições complexas entre o mercado de produção e consumo de signos culturais, tendo em seus rebatimentos territoriais de recepção criativa uma possibilidade de afirmação das narrativas de si como disputa no imaginário urbano:

As favelas, a partir do momento em que capturam para si o uso de ferramentas midiáticas, produzem um discurso de si. Essa prática discursiva tende a alterar o imaginário urbano, para além dos registros etnográficos, sociológicos e jornalísticos como modelos narrativos e interpretativos de seu modo de vida. A captura das tecnologias midiáticas por parte das camadas populares demanda um novo tipo de escuta social. O modo como o discurso da favela – do popular, portanto – vem sendo produzido é através da autogestão de processos comunicacionais, em que os modos expressivos não são apenas as ferramentas da cultura (o corpo, a camiseta, a música, o grafite, enfim, as tradições reinventadas no espaço urbano), mas também a midiáticação dos diversos processos culturais (GUSHIKEN, 2008, p. 4-5).

Apesar da pluralidade de seus modos narrativos e das formas inovadoras de suas interpretações, os criadores de cultura das favelas enfrentam desafios permanentes para sua afirmação na cena estética urbana, incluindo a desigual repartição de financiamento da produção e da comunicação de suas ações, mesmo quando se trata da democracia

⁴ Diversas empresas definem táticas de marketing e de vendas para os moradores de favelas. Empresas de bens eletrônicos sofisticados (televisores, computadores, tablets, celulares) e empresas de cosméticos (incluindo os cremes, xampus e maquiagem para negras e negros).

⁵ Filmes comerciais (vide *Cidade de Deus* e *Tropa de Elite I e II*), novelas e programas de televisão ganharam repercussão nacional e internacional e, é claro, muito dinheiro ao encenar a vida das favelas, sobretudo os que colocaram a violência urbana em destaque.

⁶ A apropriação e o uso de tecnologias de informação e comunicação afirmam a visibilidade do jovem de origem popular, geralmente estigmatizado e desconhecido na cidade. Esse processo significa, por outro lado, uma possibilidade formidável de ampliação de sua experiência de tempo/espaço, uma vez que sua mobilidade urbana é reduzida e constringida por situações econômicas, sociais e raciais (BARBOSA, J. L.; DIAS, C. G., 2013).

competitiva dos editais públicos do Estado e/ou da responsabilidade social de empresas que atuam no campo da cultura.

Em nossa investigação no universo de 400 entidades que promovem atividades culturais em cinco favelas cariocas (Complexo do Alemão, Complexo da Penha, Cidade de Deus, Mangueiras e Rocinha), verificamos que em grande parte são organizações da sociedade civil que se fazem presentes na produção e na comunicação cultural em favelas (Quadro 1).

TIPO DE ORGANIZAÇÃO	COMPLEXO DO ALEMÃO		COMPLEXO DA PENHA		CIDADE DE DEUS		MANGUEIRAS		ROCHINA	
	Frequência (F)	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Organização não governamental	36	32,7	13	28,9	17	27,4	9	13,8	26	21,7
Organização informal da sociedade civil	27	24,5	5	11,1	17	27,4	8	12,3	29	24,2
Instituição pública	23	20,9	4	8,9	1	1,6	9	13,8	10	8,3
Instituição privada	14	12,7	8	17,8	8	12,9	9	13,8	32	26,7
Artista ou produtor cultural individual	10	9,1	14	31,1	17	27,4	27	41,5	20	16,7
Instituições religiosas	-	-	1	2,2	2	3,2	3	4,6	3	2,5
Total	110	100	45	100	62	100	65	100	120	100

Quadro 1: Tipo de Organização Cultural. Fonte: Observatório de Favelas, projeto Solos Culturais, 2013.

Instituições da sociedade civil local, embora representem a maior parte das organizações promotoras de cultura em favelas, tornam visível uma imensa distinção de investimentos no que concerne à realização de suas atividades. Tal situação não resulta apenas das suas limitações organizativas e exigências burocráticas, jurídicas e administrativas, que impediriam – ou reduziriam – a participação em editais e na recepção de recursos públicos, mas, sim, de classificações que hierarquizam o fazer da cultura na cidade. Há, na verdade, um regime seletivo que opera com referências subjetivas definidoras da política cultural do mercado e do Estado e implicam formas de não reconhecimento de estilos e das práticas culturais presentes em favelas no escopo das políticas governamentais e dos programas de fundo privados.

Não é sem razão que mais de 50% das instituições investigadas se sustentam com recursos próprios, geralmente insuficientes para manter e/ou oferecer continuidades às suas atividades artísticas e culturais (Quadro 2). Fato que conduz à invenção permanente de ações para sustentabilidade de seu trabalho, mesmo quando se trata de garantir atividades esparsas e descontínuas.

TIPO DE FINANCIAMENTO	COMPLEXO DO ALEMÃO		COMPLEXO DA PENHA		CIDADE DE DEUS		MANGUINHOS		ROCINHA	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Doações	-	-	4	8,9	-	-	-	-	-	-
Empresa	9	8,2	-	-	6	9,7	-	-	3	2,5
Governamental	10	9,1	8	17,8	1	1,6	12	18,5	10	8,3
Governamental e não governamental	1	,9	-	-	5	8,1	1	1,5	-	-
Instituições religiosas	1	,9	-	-	-	-	2	3,1	-	-
Não governamental	6	5,5	-	-	-	-	2	3,1	12	10,0
Não possui recurso	11	10,0	3	6,7	5	8,1	-	-	20	16,7
Próprio	68	61,8	29	64,4	34	54,8	46	70,8	60	50,0
Próprio e empresas	1	0,9	-	-	4	6,5	-	-	-	-
Próprio e governamental	-	-	1	2,2	4	6,5	1	1,5	-	-
Próprio e não governamental	2	1,8	-	-	1	1,6	1	1,5	-	-
Próprio, governamental e empresa	-	-	-	-	2	3,2	-	-	-	-
Próprio, empresa, governamental e não governamental	1	0,9	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	110	100	45	100	62	100	65	100	120	100

Quadro 2: Tipo de Financiamento. Fonte: Observatório de Favelas, projeto Solos Culturais, 2013.

As potências criativas e socializadoras das organizações comunitárias são limitadas por força do não reconhecimento de seu trabalho como empreendimento cultural relevante e/ou de seu prestígio social limitado para ser incorporado à imagem de empresas e do próprio marketing político estatal. Curiosamente, são essas atividades de baixo ou nenhum financiamento público e/ou privado que possuem maior longevidade entre as atividades nas favelas investigadas (Quadro 3).

TEMPO DE ATUAÇÃO	COMPLEXO DO ALEMÃO		COMPLEXO DA PENHA		CIDADE DE DEUS		MANGUINHOS		ROCINHA	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Até 6 meses	6	5,5	4	8,9	4	6,5	6	9,2	9	7,5
Entre 6 meses e 1 ano	14	12,7	5	11,1	5	8,1	9	13,8	7	5,8
Entre 1 ano e 2 anos	23	20,9	10	22,2	6	9,7	7	10,8	2	1,7
Entre 2 anos e 5 anos	19	17,3	8	17,8	11	17,7	11	16,9	20	16,7
Mais de 5 anos	47	42,7	18	40,0	36	58,1	31	47,7	82	68,3
Não respondeu	1	9	-	-	-	-	1	1,5	-	-
Total	110	100	45	100	62	100	65	100	120	100

Quadro 3: Tempo de Atuação. Observatório de Favelas, projeto Solos Culturais, 2013.

Apesar das imensas dificuldades de financiamento e continuidade da produção cultural, são diversas a linguagens culturais mobilizadas criativamente nas favelas. Organizações, coletivos e indivíduos inventam conceitos e práticas em diferentes linguagens estéticas. Nas entrevistas sobre práticas culturais realizadas com 2 mil jovens residentes nas favelas anteriormente identificadas, observa-se a pluralidade de práticas estéticas que caracteriza aqueles territórios como potências de criação inovadora da produção cultural urbana (Quadro 4).

CRIAÇÃO ARTÍSTICA	COMPLEXO DO ALEMÃO (%)	COMPLEXO DA PENHA (%)	CIDADE DE DEUS (%)	MANGUINHOS (%)	ROCINHA (%)
Música	59,6	57	58,2	72,0	38,9
Fotografia	7,5	1,4	5,2	3,2	3,7
Vídeo	0,9	0,4	2,7	0,6	0,9
Grafite	10,0	12,9	8,2	4,0	15,1
Dança	5,6	9,7	12,3	14,5	17,3
Artes plásticas (pintura e escultura)	0,3	1,4	1,1	1,4	3,1
Literatura	0,6	1,4	0,3	0,6	0
Teatro	1,6	11,8	5,7	1,4	8,5
Outros	13,8	3,9	6,3	2,3	12,5

Quadro 4: Criação Artística. Fonte: Observatório de Favelas, projeto Solos Culturais, 2013.

O destaque maior das entrevistas é, sem dúvida, o envolvimento dos jovens com a música. Todavia, é inegável a multiplicidade de linguagens de criação estética presentes nas favelas: do Sarau Poético Musical de Manguinhos ao Circuito Cultural do Alemão; do Cineclube da Cidade de Deus ao Teatro na Laje da Penha e à Escola de Surf na Rocinha. Por outro lado, a apropriação de novas tecnologias e de novos instrumentos digitais de produção simbólica (câmeras fotográficas e de filmagem, e até mesmo celulares) significa a construção de repertórios estéticos para além das experimentações mais comuns em favelas e indica a constituição de novas modalidades de produção de representações, narrativas e imagens que dispensam seus notórios dublês. Filmes documentários e de ficção, videografias e exposições fotográficas se tornam marcas de excelência de apropriação de dispositivos digitais e traduzem a afirmação da estética popular no cenário cultural da cidade.

Esses diferentes repertórios se entrelaçam em espaços de fruição notadamente coletivos e comuns. São os espaços de sociabilidade – praças, ruas, quadras esportivas, bares, salões de festas de igrejas, escolas e *lan houses* – que aparecem como o principal recurso para o compartilhamento de experiências artísticas nas favelas estudadas. Há, portanto, cenas culturais que inventam o sentido da arte como uma experiência de sociabilidade em espaços comuns, sobretudo porque seu modo de realização possui uma necessária dimensão pública (Quadro 5).

ESPAÇOS COMPARTILHADOS	COMPLEXO DO ALEMÃO (%)	COMPLEXO DA PENHA (%)	CIDADE DE DEUS (%)	MANGUINHOS (%)	ROCINHA (%)
Escolas	16,6		20	23,7	13
Organização da sociedade civil	5,7	10,7	6,7	1,3	6,3
Escola de samba/blocos carnavalescos	8,7	19,8	22,4	23,9	7,2
Igrejas	17,1	28,6	24,4	23,1	11,9
Associações de moradores	5,2	8,9	5,4	10	4,1
Clubes esportivos	7,3	13,9	7,5	9,9	12
Ruas	33,2	37,5	35,9	33,6	27
Organizações governamentais	4	6,9	5,7	6,4	2,8
Praças	27	36,3	28,2	27,7	17,8
Quadras	24,5	32,8	30,5	29,4	16,3
Outros	5,9	3,5	7,0	12	5,4

Quadro 5: Espaços de Atividades Culturais. Fonte: Observatório de Favelas, projeto Solos Culturais, 2013.

A rara presença de equipamentos de arte e cultura estatais e/ou privados em favelas, associada à baixa mobilidade de seus jovens e adultos na cidade, faz com que os grupos culturais inventem modos de apropriação de espaços em sua dimensão pública. Reafirmam-se tradições de construção de cenas culturais amplamente inseridas no cotidiano dos moradores, como mediações simbólicas que afirmam pertencimentos territoriais⁷. Não se trata, portanto, de identidades fixadas em signos que fazem a si mesmos ou que se tornam autorreferentes, mas, sim, da mobilização de estratégias que afirmam estilos de ser-no-mundo da vida. Há, portanto, uma profunda diferença entre o que definimos como fruição estética compartilhada, presente nas favelas, e o consumo individual de bens culturais distintos nos espaços formais da cidade.

A pluralidade das invenções estéticas nas favelas não se configura como uma recusa radical ou resistência genuína ao neoliberalismo que assalta a cidade. Estão além das simplificações ideológicas e/ou românticas de luta contra o capitalismo, uma vez que significam um modo de produção da cultura que se afirma pela existência de pertencimentos ao território, porém, com investimentos em relações mais amplas de comunicação com o conjunto da cidade. Revistas, programas de televisão e rádio, milhares de CDs comercializados; romances e poesias ganhadores de mercados editoriais; produção audiovisual que arrebatou prêmios nacionais e internacionais; clipes do chamado passinho do menor com milhares de visualizações no YouTube; bailes de funk, de charme e de forró atraindo diferentes galeras; e batalhas de hip-hop que mobilizam seus rappers e bailarinos de rua; todos esses acontecimentos são expressões contundentes de uma cultura de massas que nasce na favela, mas a transborda, em misturas de alegrias, dramas, recusas, paixões e protestos que assumem perspectivas outras de apropriação estética do/no espaço urbano.

Nas favelas, as práticas culturais institucionalizadas ou não, individuais ou coletivas, autônomas ou vinculadas a grupos são modos plurais de manifestação de sujeitos concretos, que visam significar suas vidas e suas formas de lidar

⁷ As mediações simbólicas expressam modos de representações da realidade, resultantes do complexo processo pelo qual os significados são produzidos e comunicados entre pessoas de um mesmo grupo cultural (HALL, 1992).

com o cotidiano. São, na sua complexa composição, estéticas de atitude política que se revelam como referências fundamentais para as disputas de imaginário sobre o sentido da cultura e da própria cidade.

Considerações finais

As favelas são territórios plurais da criação cultural. O samba, a capoeira, o choro combinaram a dança e a música na gestualidade estética carioca. O funk, o hip hop, o rock e o forró atualizaram as marcas do mundo vivido de seus moradores. A recente produção no campo das artes visuais como o grafite, a fotografia e o vídeo inventam representações inovadoras e retraduzem pertencimentos à cidade. Todas essas e outras realizações demonstram a diversidade criativa das favelas como uma das mais importantes territorialidades de invenção da cena cultural urbana do contemporâneo.

Para além da inventividade que alimenta a cultura urbana, as favelas são cenas de estéticas de atitude que significam a conquista de visibilidade sociopolítica de desiguais no espaço público, uma vez que mobilizam reapropriações sociais da cidade radicalmente distintas das orientadas pela razão instrumental do capital e de suas máquinas de produção e consumo de bens simbólicos.

Em uma cidade como o Rio de Janeiro, onde a cultura possui um papel de imensa relevância no seu imaginário urbano, a produção e a fruição estéticas estão inseridas em um campo de disputas pelos seus significados simbólicos instituintes. A pesquisa realizada no âmbito das cinco favelas confirmou que os seus criadores culturais entram nessa cena em condições muito desiguais em termos objetivos de financiamento, produção e difusão de bens simbólicos.

A sua superação das condições de desigualdade exige uma inflexão territorial das políticas públicas, pois é impossível conceber e aceitar a concentração desmedida na distribuição de equipamentos e financiamentos culturais em nossas cidades, especialmente os de responsabilidade do poder público. Trata-se, portanto, da formulação e execução de políticas públicas de cultura capazes de (re)conhecer territórios de múltiplas identidades e representações socioculturais na metrópole. E, como sua consequência direta, criar investimentos de valorização da diferença como matriz de nossa formação social, sobretudo ao promover encontros entre distantes e próximos como possibilidade do respeito à alteridade e da tessitura de acontecimentos artístico-culturais mediadores de sociabilidades transformadoras.

As favelas se inscrevem na cidade como uma potência da liberdade do tornar-se, do buscar ser algo que ainda não se é, de um presente atualizado a cada posicionamento em que deliberamos sobre nossas vidas, sobre nossos atos e sobre a qualidade social de nossos encontros na cidade. É nesse sentido que as experiências culturais em favelas devem ser referências decisivas para políticas públicas de democratização da produção e da fruição estética, especialmente porque enfatizam o protagonismo dos sujeitos sociais situados na intervenção cultural e artística no território. É nesse recorte que a cultura ganha seu horizonte como prática social e se vincula definitivamente ao debate sobre a mudança de significado da cidade como obra humana compartilhada.

Referências bibliográficas

- BARTH, F. *A análise da cultura em sociedades complexas*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2000.
- BARBOSA, J. L. “Considerações sobre a Relação Cultura, Território e Identidade”. In: *Interculturalidades*. GUELMANN, L. (Org.). Niterói: Eduff, 2006.
- _____. “Paisagens da Natureza, Lugares da Sociedade: a Construção Imaginária do Rio de Janeiro como Cidade Maravilhosa”. In: *Revista Biblos 3W*. Barcelona: Universidade de Barcelona, v. 15, n. 865, 25 mar. 2010.
- BARBOSA, J. L.; DIAS, C. G. (Org.). *Solos Culturais*. Rio de Janeiro: Secretaria de Estado de Cultura do Rio de Janeiro/Petrobras/Observatório de Favelas, 2013.
- BORJA, J.; Castells, M. *Global y Local*. Madri: Taurus, 1997.
- CANCLINI, N. G. *A Globalização Imaginada*. São Paulo: Iluminuras, 2007.
- CHARTIER, R. “Cultura Popular: Revisitando um Conceito Historiográfico”. In: *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 8, n. 1, 1995.
- GUSHIKEN, Y. “Usos Midiáticos na Constituição de Circuitos Culturais e Comunicacionais Populares Urbanos”. In: *E-com-pós*. Brasília, v. 11, n. 1, jan./abr. 2008.
- HALL, S.; MELINO M. *La Cultura y el Poder. Conversaciones sobre los Cultural Studies*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 2011.
- HALL, S. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. São Paulo: DP&A Editora, 1. ed., 1992. Rio de Janeiro, 11. ed., 2006.
- HARVEY, D. *A Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Loyola, 1992.
- _____. “Flexible Accumulation through Urbanization: Reflections on “Post- Modernism” in the American City”. In: *Anti-pode*, v. 19, 1987.
- _____. *A Produção Capitalista do Espaço*. São Paulo: Annablume, 2005.
- HILLIER, B.; HANSON, J. *The Social Logic of Space*. Cambridge: University Press, 1984.
- LEFÈBVRE, H. *O Direito à Cidade*. São Paulo: Centauro Editora, 2001.
- _____. *Revolução Urbana*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.
- SANTOS, M. *A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo*. São Paulo: Edusp, 2002.
- SLATER, D. *Cultura do Consumo & Modernidade*. Tradução: Dinah de Abreu Azevedo. São Paulo: Nobel, 2002.
- SARLO, B. “Abundância e Pobreza”. In: *Cenas da Vida Pós-Moderna: Intelectuais, Arte e Vídeo-Cultura na Argentina*. Rio de Janeiro: EDUFRJ, 1997.
- SILVA, J. S.; BARBOSA, J. L.; FAUSTINI, M. V. *O Novo Carioca*. Rio de Janeiro: Mórula, 2012.
- SILVA, J. S. de; BARBOSA, J. L. *Favela: Alegria e Dor da Cidade*. São Paulo/Rio de Janeiro: Senac/X-Brasil, 2005.
- SODRÉ, Muniz A. C. *Claros e Escuros*. Vozes: Rio de Janeiro, 2000.
- RANCIÈRE, J. *A Partilha do Sensível: Estética e Política*. São Paulo: Editora 34, 2009.
- VAZ, L; JACQUES, P. “A Cultura na Revitalização Urbana – Espetáculo ou Participação?”. In: *Revista Espaço e Debates*. São Paulo: Núcleo de Estudos Regionais e Urbanos, v. 23, n. 43-44, jan./dez. 2003, p.129-140.