"Madonna: Indomável como Cuba": Afetos Políticos de Fãs da cantora norte-americana Madonna no contexto cubano[1]

Mariana LINS[2]
Thiago SOARES[3]
Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

A partir das práticas do principal fã da cantora norte-americana Madonna em Cuba, o artigo investiga como sujeitos cubanos lidam com a presença de ícones da cultura pop anglófila na ilha. Aponta-se um conjunto de tensões e controvérsias sobre a presença de objetos estrangeiros, em especial, dos Estados Unidos, no país socialista. Demarca-se, a partir da memória do fã, um itinerário midiático que nos leva ao programa de televisão Colorama, uma especie de "MTV cubana", cujos produtores eram responsáveis por levar ao ar videoclipes de artistas pop em pleno período "fechado" do governo de Fidel Castro. Postula-se que o consumo cultural de artefatos de Madonna na ilha pode ser percebido como uma dinâmica de resistência, negociação e solidariedade de comunidades de fãs que se conectam através da rede social Facebook.

Palavras-chave: música pop; consumo cultural; Cuba; Madonna; fãs.

Às segundas-feiras, precisamente às 23h, o jovem Alberto Arcos, de 14 anos de idade, se senta diante do aparelho de televisão preto-e-branco, na sala de sua casa na cidade de Holguín, a leste da ilha de Cuba, para assistir ao programa Colorama, revista eletrônica jovem, voltada para lançamentos de videoclipes nacionais e internacionais, exibido pela emissora Tele Rebelde. O ano é 1992, Cuba passa pelo que historiadores chamam de "Período Especial"[4], ou seja, a momento histórico de fim da União Soviética, crise do socialismo e "abandono" do País pelo "bloco socialista", acarretando num isolamento da ilha nos jogos da política internacional. Com o embargo econômico dos Estados Unidos em pleno vigor, Cuba passa por um dos momentos de maior cerceamento de produtos de primeira necessidade. Falta de tudo nas "tiendas", de leite a papel higiênico, de carne a desodorante.

1 Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Mestre em Comunicação | PPGCom - UFPE, email: marianalinsl@gmail.com.

3 Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCom) da UFPE, coordenador do Grupo de Pesquisa em Mídia, Música e Cultura Pop (Grupop) e integrante do Laboratório de Análise de Música e Audiovisual (LAMA) na UFPE, email: thikos@gmail.com.

4 Durante o "Período Especial", de acordo com Chomsky (2015), "o governo cubano introduziu fortes reformas econômicas, incluindo a abertura para o investimento estrangeiro, a permissão de algumas formas de empresas privadas, a facilitação de remessas de valores e a promoção do turismo. (…) As desigualdades sociais aumentaram e fenômenos associados à pobreza pré-revolucionária, como prostituição e mendicância, ressurgiram". (CHOMSKY, 2015, p. 195)

Assistindo ao programa Colorama, entre um videoclipe de música latina e outro, eis que Alberto vê um vídeo em que penas se abrem (como numa espécie de show de cabaré) e homens (alguns negros) estão como estátuas, em poses altivas, entre mulheres também estáticas e obras de arte. Ouve-se um teclado de início, a criação de um suspense, para logo em seguida, uma mulher loira, de rosto em riste, cantar em inglês: "strike a pose" ("faça uma pose") - com as mãos emoldurando o rosto, numa espécie de instantâneo manual de um rosto. Trata-se do videoclipe da canção "Vogue", dirigido por David Fincher. A cantora loira é a norte-americana Madonna e o primeiro verso da faixa parece narrar aquele momento difícil no cotidiano de Alberto: "Look around/ Everywhere you turn is heartache/ It's everywhere that you go (Look around)/ You try everything you can to escape/ The pain of life that you know (Life that you know)" ("Olhe em volta/ Para todo lugar que você se vira é dor/ Todo lugar/ Você tenta tudo que pode para escapar/ Da dor da vida que você conhece"). Na canção, o refúgio da dor da vida é sanado com uma ida à pista de dança. A boate vira metáfora de libertação. No cotidiano de Alberto Arcos, numa pequena cidade de Cuba, o refúgio era a televisão. Mais precisamente o programa de televisão com videoclipes.

É neste contexto que começa o interesse de Alberto por Madonna. Na sua televisão, no interior de Cuba, o adolescente assiste ao videoclipe "Vogue" em que a cantora reencena divas do cinema, numa homenagem à tradição do "carão" e da pose na cultura midiática de Hollywood. "Vogue" é um clipe todo realizado em preto-e-branco, com fotografia contrastada acentuando os tons de cinza e a direção de arte que tenta destacar o rosto e as próprias poses de Madonna. O glamour da mulher loira, os gestos, o olhar. Madonna parece ser uma tentativa de derivar das imposições e cerceamentos impostos pelos contextos político e histórico àquele jovem cubano.

Como o aparelho de televisão existente na casa de Alberto era preto-e-branco, ele assistia a todos os videoclipes em "blanco y negro", como me reporta o fã de Madonna[5] e criador da página do Facebook "Madonna Cuba", que existe desde 2015, e tem 788 seguidores em março de 2017. "Só quando tive acesso a uma televisão

5 Em entrevista realizada presencialmente na Cafeteria La Rampa, no bairro de Vedado, em Havana, no dia 13 de março de 2016, na ocasião da ida a campo da pesquisa "Música Pop em Cuba: Enfrentamentos Políticos e Midiáticos", com recursos obtidos por meio do edital CNPq/MCTI 25/2015 – Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas. A primeira ida a campo se deu no mês de março de 2016, usando uma metodologia de inspiração etnográfica que visa ao contato com sujeitos que integram aquele contexto. Numa ida de férias a Cuba, em 2015, tive contato com fãs de música pop (das cantoras Madonna e Lady Gaga) em Havana. Esses mediadores foram importantes para que eu pudesse me inserir entre os apreciadores de música pop anglófila em Cuba e conhecer Alberto Arcos, que administra a página do Facebook "Madonna Cuba".

colorida, dez anos depois, é que percebi que 'Vogue', de fato, era um videoclipe preto-e-branco. Para mim, todos os clipes que eu via no Colorama eram preto-e-branco", lembra Arcos. O interesse de Alberto era Madonna, naturalmente, mas foi no mesmo programa de televisão Colorama, que ele assistiu a "Thriller", de Michael Jackson, "Hello", de Lionel Ritchie, assim como vídeos musicais de Tina Turner, Janet Jackson, entre outros. Eram os artistas norte-americanos que mais interessavam, talvez pela dificuldade de vê-los, pelo estranhamento e pelo exotismo. Talvez pela própria curiosidade, levemente subversiva, de ter artistas cantando em inglês, alguns que poderiam ser censurados pelo governo cubano[6]. Além de assistir ao Colorama, Alberto Arcos também gravava músicas em fitas cassetes de rádios que transmitiam canções mais "abertas" e internacionais, sobretudo aqueles sinais captados de rádios da Florida (EUA) através de parabólicas existentes nas residências de cubanos[7]. Faixas de Madonna eram as primeiras em cada lado das fitas, que ele ouvia, muitas vezes, à noite, depois de estudar. Estas brechas nas regulações em torno da vida e dos hábitos de consumo da população cubana por parte de medidas do governo cubano acionam pensar como se reelabora interculturalmente os sentidos. "Não só dentro de uma etnia nem sequer dentro de uma nação, mas em circuitos globais, superando fronteiras, tornando porosas as barreiras nacionais, étnicas e fazendo com que cada grupo possa abastecer-se de repertórios culturais diferentes". (CANCLINI, 2009, p. 43) A recomendação, do ponto de vista metodológico, de Canclini, é que análises de inclinação antropológicas sejam convergentes com as análises comunicacionais, uma vez que se está falando de circulação de bens e mensagens, mudanças de significados, da passagem de uma instância para outra, de como significados são recebidos, processados e recodificados. "É preciso analisar a complexidade que assumem as formas de interação e de recusa, de apreço, discriminação e hostilidade em relação aos outros, nas situações de confrontação assídua". (CANCLINI, 2009, p. 44)

6 É bastante controverso o debate sobre "censura" do governo cubano a produtos culturais norte-americanos ou cantados em língua inglesa, uma vez que, oficialmente não se tem medidas ou registros oficiais/documentais destas restrições. No entanto, nas entrevistas realizadas nas duas idas a campo em Havana, com funcionários das emissoras de rádio e televisão cubanas, percebi que havia um certo temor e um clima de vigilância e apreensão, por parte de produtores de atrativos televisivos de que "alguém" pudesse não gostar ou "reclamar" da exibição de produtos em língua inglesa. O Instituto Cubano de Rádio e Televisão (ICRT) foi fundado em 1962 e é um organismo público pertencente ao Estado cubano, que se encarga do controle e regulação das emissoras de rádio e televisão na ilha socialista.

7 Desde a década de 1990, com a circulação de cubanos exilados na ilha, instaurou-se um comércio informal de antenas em Cuba que captavam sinais de rádios da Flórida (Estados Unidos). "A dolarização da economia cubana entre os anos de 1993 e 1995, permitiu que os cubanos no exterior enviassem dinheiro para seus parentes e Cuba passou a ser um dos muitos países pobres que dependiam muito das remessas de dinheiro." (CHOMSKY, 2015, p. 198)

Colorama, a "MTV" cubana

O programa de televisão Colorama é um dos pontos centrais para entendimento da presença de ícones da cultura pop mundial no contexto "fechado" de Cuba. Criado em 1979, com 38 anos de exibição ininterruptas em 2017, Colorama é apontado por Alberto Arcos e por fãs de música pop anglófila em Cuba como "um oásis" em meio à programação repleta de atrativos ligados à exaltação da musicalidade cubana tradicional nas emissoras de TV do País. O atrativo, que era chamado de "MTV cubana", pode ser visto como uma brecha cosmopolita, pop e contemporânea na mídia televisiva da ilha socialista. É também envolvo numa certa aura de mistério de como produtores/programadores conseguiam exibir, por exemplo, videoclipes de Madonna – um dos maiores ícones da "cultura ianque" - detratada em discursos políticos e em *outdoors* dispostos em toda ilha socialista, em plena televisão cubana. A partir do relato de numa entrevista em profundidade com o fã de Madonna e jornalista Alberto Arcos, propomos neste artigo discutir a singularidade do programa de TV Colorama no contexto midiático cubano, como ponto de partida para pensar os enfrentamentos dos sujeitos diante de ambientes restritivos de espectatorialidade e fruição, acionando debater a zona tensiva dos processos de globalização que inserem sujeitos subalternos em lógicas globais (SOUZA SANTOS, 2011) e também diante de um "imaginário do centro" (NUNES, 2011) .

O "fechamento" dos sistemas midiáticos de Cuba aos produtos internacionais, em grande parte do que se convencionou chamar de cultura pop, oriundos do sistema capitalista, aciona debater uma série de disputas internas e externas, entre grupos que propunham diferentes visões de como o governo revolucionário, que se instaura no País, na década de 1960, deveria lidar com as "influências externas". Pensar o programa de TV Colorama, nas décadas de 1970 e 1980, em Cuba, significa reconhecer uma história de brechas e acomodações de produtos "subversivos" no cotidiano dos cubanos, impelindo reconhecer que, embora nos mais fechados sistemas de acesso a bens culturais, diante de estruturas dadas e estanques de amparos legais, é possível enxergar ações de sujeitos que tangenciam e problematizam as estruturas. Com foco na produção cinematográfica, Villaça (2006) investiga como o Instituto Cubano del Arte e Indústria Cinematográficos (ICAIC), primeiro organismo cultural criado após a Revolução

Cubana, foi importante como instituição mediadora capaz de fazer enxergar lugares de autonomia e negociação dentro de padrões aparentemente "rígidos" de censura e controle. No caso do Instituto, a autora postula que a instituição gozava de autonomia relativa em relação aos mecanismos de controle governamentais, por meio da ação dos cineastas e da mediação da direção, tornando possível a produção de vários filmes ambíguos e críticos ao regime, ao longo do período entre 1959 e 1991.

> "Esta autonomia foi abalada, em diversos momentos, em função de fatores como a reestruturação do Estado, os fracassos econômicos e o acirramento do autoritarismo em Cuba, principalmente a partir dos anos 1970. Ainda assim, o Instituto se readaptou às demandas políticas governamentais num jogo político de adesão e resistência à política cultural oficial" (VILLAÇA, 2006, p. 8)

Percebe-se que as dinâmicas de controle e censura de conteúdos exibidos no contexto cubano apresenta brechas que podem ser visualizadas como campos tensivos de ação em que o social e o político se imbricam gerando tramas complexas de resistência. Um dos pontos para se entender como se deu o processo de fechamento e posterior negociação entre instituições do governo cubano e sujeitos que ocupavam cargos de chefia em instituições midiáticas cubanas está na criação, em 1961, da União de Artistas e Escritores de Cuba (UNEAC)[8], órgão que vai postular as bases e gerenciar as políticas culturais de Cuba sobretudo nos primeiros anos após a Revolução Cubana de 1959, entre 1961 e 1968. "Neste período, a política cultural vai sendo definida muito mais pela prática do que pela publicação de leis e projetos" (VILLAÇA, 2006, p.170), resultando num arranjo visivelmente frouxo e poroso em que se privilegiam ações individuais que endossam ou burlam diretrizes mestras.

Cabe evidenciar o contexto de que, segundo Villaça, dois grupos desenhavam "propostas de políticas culturais" diferentes, algumas delas, conflitantes, da maneira com que o governo cubano deveria lidar com a produção e circulação de produtos culturais – inclusive estrangeiros – no País. Um primeiro, "dogmático", apresentava proposta próxima às diretrizes do Realismo Socialismo soviético[9] que, por sua vez, se

8 http://www.uneac.org.cu/.

9 O Realismo Socialismo foi, na prática, uma política de Estado para a estética em todos os campos desde a literatura até o design, incluindo as manifestações artísticas e culturais soviéticas (pintura, arquitetura, escultura, música, cinema, teatro, etc). Está diretamente associado ao comunismo ortodoxo e aos regimes de orientação ou inspiração stalinista. O estilo do Realismo Socialista é associado à estética oficial criada por Andrei Jdanov, comissário de Stalin responsável pela produção cultural e propaganda. Uma meta da propaganda totalitária, muitas vezes bem-sucedida, era transmitir ao povo a ideia da onipresença do grande líder, presente em todos os lugares, sabendo de tudo, sendo, portanto, necessário temê-lo.

alinhava a uma política conciliatória, nas diretrizes revolucionárias. Trata-se de "comunistas antes da Revolução que faziam parte da cúpula do Partido Socialista Popular (PSP), que relutou a apoiar o movimento revolucionário e Fidel Castro, mas depois decidiu apoiar a Revolução e o governo instituído" (VILLAÇA, 2016, p. 171). O segundo grupo, chamado de "oposicionista", era formado por comunistas contrários às diretrizes mestras do Realismo Socialismo e também opostos à adoção integral dos parâmetros do regime soviético em Cuba e também por intelectuais não-comunistas, simpáticos às políticas do M-26, o movimento revolucionário que instaura o Partido Comunista de Cuba (PCC) como partido único no País a partir de 1965.

Percebe-se que, neste contexto poroso de formação de bases da política cultural em Cuba, coexistiam sintomas das duas propostas – embora formalmente o governo cubano, neste período, tentasse romper com o "proselitismo e o diversionismo ideológico" daqueles que defendiam políticas culturais menos centradas na formação de uma sólida base cultural amparada nos valores e diretrizes das culturas cubana e latino-americana. A saída de comunistas "dogmáticos" e a entrada de "oposicionistas" no Governo Revolucionário se deu de forma gradual, lenta e tensiva, a princípio, se arrastando por longos sete anos (entre 1961 e 1968), acarretando em medidas que, ora inesperadas, ora inexplicadas, promoviam o fechamento de suplementos literários, de editoras de livros independentes, remodelamento de publicações que debatiam estética no cinema, por exemplo, proibição de filmes estrangeiros (Nouvelle Vague) e nacionais, censura a propostas estéticas abstracionistas e estilos musicais como o rock e, mais detidamente, grupos que cantavam inglês como os Beatles e os Rolling Stones[10].

Um ano antes do início dos debates sobre a União de Artistas e Escritores de Cuba, mais especificamente em 6 de agosto de 1960, tem-se início o processo de estatização da televisão e da rádio em Cuba, processo este que passou pela intervenção do Governo Revolucionário, nas companhias norte-americanas que monopolizavam os sistemas midiáticos cubanos, Cuban Telephone Company e sua filial também com capital estrangeiro Equipos Standard de Cuba S.A.[11]. Em 1962, completou-se o processo

10 A censura aos Beatles e aos Rolling Stones na ilha só aumentou o caráter subversivo de quem ouvia estes artistas em Cuba. Fãs dos Beatles passaram a criar redes de contatos para importação de discos e gravações clandestinas de shows para compartilhamento em residências que tinham vídeo cassete na década de 1980, como relata Ernesto Juan Castellanos (1997) no livro "Los Beatles en Cuba". Vários bares em cidades cubanas, mesmo sob o olhar "desconfiado" do Estado, prestavam homenagem aos Beatles, como o Submarino Amarillo (espanhol para Yellow Submarine), em Havana; o Yesterday, em Trinidad e o Beatles Bar, no balneário de Varadero.

11Para mais informações: https://www.cubanet.org/otros/television-cubana-radio-con-imagen/.

de gestão governamental dos meios de comunicação com a criação do Instituto Cubano de Radiodifusión (ICR), mais tarde denominado Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT), o "algoz" de muitos artistas que se dizem censurados pelas diretrizes governamentais[12]. Embora medidas aparecessem como diretrizes mestras de uma política cultural que tentaria implementar a força das culturas cubana e latino-americana, percebe-se que ações isoladas de sujeitos em contextos históricos distintos tensionavam tais normas e abriam flancos por onde parte dos sujeitos viventes da ilha tentavam enxergar a cultura pop anglófila. É dessa forma que precisamos entender as tensões com a censura cubana no programa de TV Colorama – mencionado por Alberto Arcos como "a janela de contato de Cuba com a cultura pop internacional".

Madonna russa

Colorama foi ao ar na televisão cubana no ano de 1979, como sendo uma espécie de "rádio com imagens" como relatam diversos entrevistados ao se referirem ao programa. Trata-se de um atrativo dedicado a exibir videoclipes, números musicais e paradas do sucesso de artistas nacionais e internacionais. Até o ano de 1984, a faixa televisiva era exibida ao vivo, dispondo de inserções de vídeos pré-gravados ao longo de sua meia-hora de exibição. "Foi a partir de 1985, com a chegada de equipamentos de formato Sony Betacam à ilha que se generaliza a gravação e edição de espaços dramatizados e musicais na TV cubana" (PEIDRO, 2013, p.1) Alguns materiais, registrados anteriormente em formato Umatic, se perderam com a mudança de equipamento, segundo o autor. Outros, segundo suspeita Peidro, foram propositalmente "esquecidos".

> "Havia orientação pelo Departamento Ideológico do PCC eliminar os programas em que atuavam artistas que emigravam do País. Logo, na década de 1990, a compra de fitas novas pelas emissoras de TV foi reduzida *[para que os programas com atores, músicos e artistas que emigraram no Período Especial não fossem reexibidos]*. Muitos programas realizados nos anos 1980 se perderam, pois os suportes onde estavam gravados são puderam ser reutilizados" (PEIDRO, 2013, p. 1)

12Sobre um episódio em específico de censura de um videoclipe de reggeatón e da relação tensiva deste gênero musical com o governo cubano e com o ICRT, ver: SOARES, Thiago e PEREIRA, Simone Luci. Reguetón em Cuba: Censura, Estentação e Rasuras de Políticas Midiáticas. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/arquivos_2017/trabalhos_arquivo_VKL3HT7NAE5QXFGEAJFY_26_5410_14_02_2017_10_51_34.pdf.

Enquanto se preocupava com os artistas cubanos que emigravam e serviam de "mau exemplo" para os cidadãos que viviam na ilha, o governo ignorava a exibição de ícones da cultura pop na televisão. Não só Madonna, mas Spice Girls, Backstreet Boys, Mariah Carey, U2, entre inúmeros outros, tinham seus vídeos expostos no Colorama. Foi em 1998 que o jovem Alberto Arcos certificou-se ser fã de Madonna, quando viu uma apresentação ao vivo da faixa "Frozen", no mesmo Colorama em que assistira ao videoclipe de "Vogue". "Madonna estava de cabelos escuros, tinha tido uma filha com Carlos León, um bailarino cubano, pai de sua filha Lourdes Maria. Havia uma série de conexões daquela artista mutante, com vários rostos, cores de cabelo, e a ilha de Cuba. Percebi como Madonna se reinventava e como nós, cubanos, também aprendemos a nos reinventar", diz Alberto Arcos, que começou a se transformar numa referência em se tratando de buscar e disseminar informações sobre Madonna em Cuba. Outros fãs de Madonna ligavam, em telefones fixos, para Alberto, para que ele repassasse informações sobre a trajetória de Madonna, exibição de novos clipes ou fofocas sobre sua vida pessoal. Primeiro de sua casa em Holgín, depois em Havana, quando já tinha migrado para a capital em busca de estudos e emprego. Alberto trabalhava, em 2016, na Rádio Ciudad, localizada entre as Calles 23 e N, no bairro de Vedado, Havana, e era uma espécie de figura central para espalhar por Cuba, informações sobre Madonna.

Como os vídeos de Madonna eram exibidos no Colorama? Trata-se de um "mistério" para o próprio Alberto, que, reconhece a necessidade do governo cubano realmente censurar obras, não de artistas internacionais, que traziam mensagens afetivas e edificantes (como as canções de Madonna que ele gostava "Vogue" e "Frozen"), mas a própria produção de músicas "malas" cubanas, que denigrem a imagem da mulher – ele se refere ao reguetón[13]. Ou seja, a própria ideia de protecionismo à música latina, segundo Alberto, sempre foi questionada quando se debatia, em fóruns de fãs de música pop internacional, as diretrizes restritivas do governo. Segundo Alberto, a exibição de videoclipes internacionais no Colorama ocorriam "sem aviso prévio" e era sempre um "frisson" aguardar o programa, que gerava comentários durante toda a semana entre seus amigos, em grande maioria fãs de artistas internacionais. Percebe-se que a

13 Há uma tensão interna no consumo de música em Cuba tanto de recusa de algumas naturezas de músicas estrangeiras, como a música pop norte-americana, mas também o reguetón, a música latina periférica, encontra rechaço por parte não só dos órgãos de controle dos sistemas midiáticos, mas também do público mais velho, que acusa a música de denegrir a mulher, falar de sexo e consumo – tal qual o funk carioca e o brega, no Brasil. No entanto, parte da juventude cubana é aficcionada pelo reguetón.

programação da televisão cubana obedecia a um padrão semelhante ao descrito por Villaça no tocante ao cinema: uma política de exibição que vai sendo definida muito mais pela prática do que pelas leis ou medidas, uma vez que, mesmo durante as décadas de 1970 e 1980, quando se teve o maior acirramento das restrições a atrativos internacionais nas emissoras estatais cubanas, o programa Colorama exibia números musicais de diversos países.

A produtora Marta Pita, um das programadoras responsáveis pelo programa Colorama, durante os anos 1980 e 1990, explica os mecanismos de cotas que existia dentro do atrativo: "cabiam sete vídeos musicais em cada programa, tendo que ser quatro de países oriundos do campo socialista e três de artistas latinos" (apud SUAREZ, 2014) Esta fração, segundo a produtora, fazia parte de uma política de internacionalização do cidadão cubano, que precisava "entrar em contato com outras culturas, sobretudo aquelas que traziam os valores socialistas". Ainda assim, nem todos os artistas latinos podiam ser exibidos. O espanhol Julio Iglesias, o brasileiro Roberto Carlos, o argentino Alberto Cortez, o venezuelano José Luis Rodruguez "El Puma", o portorriquenho José Feliciano, e naturalmente a cantora cubana Gloria Estefan, que havia emigrado para os Estados Unidos, eram proibidos de irem ao ar no Colorama. Segundo Marta Pita, estes artistas eram considerados "alienados" e, portanto, exemplos de latinos a não serem seguidos, por tratarem de assuntos mundanos como amor e as relações humanas. Especificamente sobre Julio Iglesias, a produtora lembra da primeira vez que exibiu um vídeo musical do cantor, no ano de 1991, porque, segundo ela, "um chefe de Estado que estava apaixonado por uma mulher, queria dedicar a canção a ela e disse que se responsabilizaria pela música ir ao ar". A referida canção era "Me Olvide de Vivir", lançada por Iglesias no álbum "Begin the Beguine", em 1978 e somente treze anos depois, tocada numa emissora oficial cubana[14].

O mais curioso na formação da programação do Colorama recai sobre a possibilidade de preencher o espaço de quatro vídeos musicais semanais oriundos de países do campo socialista (notadamente União Soviética, Polônia, Alemanha Oriental, entre outros), algo que, naturalmente era burlado pela produção do atrativo. Na relação que Marta Pita tinha que emitir semanalmente para o Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT), ela justificava que, por exemplo, os australianos Bee Gees e Air

14 Parte da recusa de Julio Iglesias pelo governo cubano residia sobre sua relação intensa com Miami, nos Estados Unidos, e portanto, com os cubanos exilados "do lado de lá", em sua grande parte, críticos aos rumos da ilha pós Revolução Cubana de 1959. Para mais informações: http://www.diariodecuba.com/cultura/1444430222_17424.html.

Supply eram “polacos” (poloneses); o norte-americano Michael McDonald era da República Democrática Alemã (Alemanha Oriental) e Madonna (assim como todas as cantoras loiras) eram da União Soviética. “Eu tinha muito medo, toda semana era uma tensão caso alguém desconfiasse que estávamos colocando no ar, artistas dos Estados Unidos”, justifica. Percebe-se pelas citações de Marta Pita, a presença marcante de artistas de língua inglesa oriundos da Austrália (Bee Gees, Air Supply, Men at Work, Divinyls). A única vez, segundo a produtora, que ela foi chamada para dar explicações ao Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT) foi justamente quando exibiu o clipe “I Touch Myself”, da banda australiana Divinyls, que fazia menção ao fato de uma mulher “se tocar”, trazendo claras insinuações à masturbação. Segundo Pita, a crítica governamental veio sob o vago argumento de que aquele “não era um vídeo para ser exibido na televisão estatal”. Ela afirma que se desculpou e “não ocorreu nada”.

A produtora justifica não apenas burlar as lógicas artísticas do Colorama, mas também, os sistemas de divulgação. Durante os anos 1990, o Período Especial de restrição alimentar em Cuba, ela assume que trocava comida pelo anúncio nos créditos finais do Colorama. O principal destaque ia para a Sorveteria Coppelia, que cedia caixas de sorvete e bolos para a produção do atrativo e, em troca, tinha seu nome citado em letras maiores nos créditos finais. “Isto causava uma tensão também curiosa. Muitos perguntavam a mim o que o nome da Coppelia fazia creditada no Colorama. Funcionários de uma sorveteria trabalhariam num programa de televisão?”, ironiza Marta Pita.

Ainda sobre a dinâmica produtiva do Colorama, a produtora explica que quando falecia algum oficial que havia contribuído com a Revolução Cubana e seus desdobramentos, era preciso fazer as honras militares de alguma ação. Ela recebia diretrizes para suspender a exibição de videoclipes e criar vídeos com coreografias e temas de música erudita, como Chopin, Mozart e Bach, em memória ou homenagem ao dirigente. Segundo Pita, quando o coronel cubano Pedro Benigno Tortoló, um dos responsáveis pela ação do governo de Cuba na ilha de Granada, em 1979, que instaurou um governo de esquerda na ilha caribenha, voltou para Cuba como um herói, se produziam clipes com canções de artistas revolucionários, como Silvio Rodríguez e Pablo Milanés. A produtora tinha especial atenção quando o programa Colorama entrava no ar antes ou depois de algum discurso de Fidel Castro. “Certamente os oficiais estariam muito atentos ao que iria ser exibido naquele momento. Então, sempre

tínhamos que exibir vídeos com canções revolucionárias de artistas como Mercedes Sosa", observa.

Redes sociais de fãs

O contato de Alberto Arcos com videoclipes de Madonna através do programa Colorama e o posterior processo de distinção dele no contexto de fãs da cantora em Cuba esteve atrelado, também, à sua trajetória como jornalista. Alberto ingressou na Universidad de Havana para cursar Jornalismo em 1996 e em 2016 atuava na Rádio Havana Cuba (www.radiohc.cu) quando da ocasião da entrevista para esta pesquisa. Toma-se a relação de Alberto Arcos com as mídias na busca por material de Madonna em Cuba como metáfora da própria disposição dos fãs de música pop internacional no contexto cubano. No ano de 2015, dando continuidade ao projeto de divulgar o trabalho e a vida pessoal de Madonna entre os cubanos (primeiramente atendendo telefonemas e depois reunindo-se com outros fãs), Arcos cria a página "Madonna Cuba", na rede social Facebook. A primeira postagem, com a foto de perfil da página (uma imagem de Madonna, naturalmente) data de 21 de abril de 2015. Evidencia-se que Arcos possui privilégios de acesso a internet em Cuba, uma vez que, sabe-se que Cuba possui um dos mais baixos índices de acesso a internet privado do mundo (apenas 3% da população dispõe de internet banda larga em casa, muitas vezes, pirateada).

O texto descritivo da página diz apenas: "Cuba também tem fãs para enaltecer a Rainha do Pop"[15]. Há o contato de Alberto (alberto@rhc.cu) e também uma possibilidade de mandar mensagens para ele. Foi através deste chat que, em janeiro de 2016, tive o primeiro contato com Arcos, explicando que estava fazendo uma pesquisa sobre fãs de música pop anglófila em Cuba e solicitando uma entrevista, que aconteceria dois meses depois, no dia 16 de março de 2016, na Cafeteria La Rampa, no bairro de Vedado, nas proximidades da Rádio Havana Cuba, onde ele trabalhava. Nossa entrevista durou quase duas horas em que nos apresentamos e conversamos sobre a relação de Alberto com Madonna, desde sua adolescência em Holguín e posterior ida a Havana para estudar e sua militância por divulgar o trabalho da cantora em Cuba. Levei presentes para ele: um DVD da MDNA Tour; um CD "Rebel Heart" e uma camisa com a imagem da cantora. Alberto é calmo, fala muito baixo e em alguns momentos suspeitei

15 Tradução de "Cuba tambien tiene fans para distinguir a la reina del pop"

que ele desconfiava de meu interesse sobre o assunto. Algumas vezes, era difícil entender o que ele tratava, tanto pelo volume de sua fala, quanto pelos subentendidos que pareciam haver em seu discurso. Em alguma medida, acho que Alberto minimizava a sua posição de privilégio em relação à internet, por trabalhar numa rádio, que lhe disponibilizaria acesso integral a web, ao menos, em seu horário de trabalho.

Quando notava que Alberto baixava o tom de voz e tentava fugir de alguns assuntos, optei por não insistir, não enfrentá-lo, respeitando o limite que ele me impunha de acesso às informações que ele gostaria que estivessem presentes na sua fala. Percebi que Alberto expressou estar envergonhado com os presentes que lhe dei e também pelo fato de que eu paguei a sua conta na lanchonete. A entrevista com Alberto Arcos me ajudou a contextualizar mais historicamente e de forma biográfica aquele fã. No entanto, pelo próprio limite de tempo e da inevitável timidez do entrevistado, não consegui rastrear novas disposições sobre a relação dele com Madonna. Voltei para o Facebook e fui investigar cronologicamente como se apresentava a narrativa proposta por Arcos para Madonna no contexto cubano.

Percebi três grandes grupos de postagens que pareciam tanto apresentar a cantora para novos fãs cubanos quanto também conectar o próprio Alberto com outros fãs – notadamente da América Latina e de países europeus de línguas de matrizes latinas. Entre as principais tipologias de postagens de Arcos sobre Madonna estão: 1. conexões entre a trajetória e a poética de Madonna com a geografia ou geopolítica de Cuba; 2. formação de redes com outros fãs de Madonna; 3. relatoria da condição de fã de Madonna sem acesso aos produtos da cantora no contexto cubano. Traçamos considerações e trazemos à tona amostragens empíricas a seguir.

1) conexões entre a trajetória e a poética de Madonna com a geografia ou geopolítica de Cuba: neste grupo de postagens, evidencia-se desde referências a canções de Madonna que se "encaixariam" para falar de Cuba (como "La Isla Bonita"[16] e "Vogue") até referências à trajetória da cantora em analogia à histórica de Cuba. A canção "La Isla Bonita", lançada por Madonna em 1986, no álbum "True Blue", é a mais recorrente conexão entre fãs da cantora e o contexto cubano. Percebe-se como Alberto recorre também a uma série de clichês sobre Cuba para fazer comparações com Madonna. Em 2 de julho de 2015, ele posta "Madonna: caliente como Cuba", trazendo à tona o

16 https://www.facebook.com/Arcos73/posts/859154647491058

imaginário tropical da ilha caribenha. A referência à tropicalidade se segue: "Madonna: Un Sol de Verano como Cuba" (19 de julho de 2015), "Madonna: Luminaria como Cuba" (6 de agosto de 2015). "Un Rayo de Luz como Cuba" (30 de agosto de 2015), "Un huracán como Cuba" (30 de setembro de 2015).

Concomitantemente, Alberto adota a estratégia de se referir também à singularidade política de Cuba para se referir a Madonna. Em 21 de julho de 2015, posta uma foto da cantora com a legenda: "Madonna: Única como Cuba". O lugar único de Cuba na geopolítica mundial parece ser uma boa chave de referência do jornalista para exaltar a sua página como também "única" no contexto cubano. No dia 16 de julho de 2015, mais uma referência política que conecta Madonna com Cuba através da lente de Arcos: "Madonna: Sin Miedo como Cuba", fazendo uma velada referência à política anticubana de embargo e restrições implantados pelos Estados Unidos. No mês do aniversário de Madonna, com uma foto que lembra a própria configuração bélica de Madonna, o jornalista Alberto Arcos atesta: "Madonna: Guerrera como Cuba" (4 de agosto de 2017), trazendo à tona o imaginário de lutadora, presente na imagética do álbum "American Life", quando Madonna aparece na capa numa imagem que lembra a de Che Guevara. Há uma série de postagens de fotos de Madonna em trajes militares, sobretudo nas performances da faixa "American Life", quando a cantora adotou um visual de boina, coturno e estética militarista. Também associando o estilo de vida saudável e enérgico de Madonna à trajetória esportiva da ilha socialista, observa-se postagens que parecem estar neste universo: "Madonna: Recordista como Cuba" (23 de agosto de 2015) e "Madonna: Indomável como Cuba" (2 de setembro de 2015). Saindo da referência política para adentrar uma dinâmica pessoal ainda conectada com a ilha de Cuba, está a postagem de 31 de janeiro de 2016, em que, diante de uma fotografia da filha de Madonna, Lourdes Maria, o jornalista dispõe: "Lourdes, la hija de Madonna, és una Autentica Bella Cubana" ("Lourdes, a filha de Madonna é uma autêntica bela cubana") (31 de janeiro de 2016), estabelecendo a referência de que a primeira filha da cantora é fruto da relação de Madonna com o bailarino cubano Carlos Leon. Este conjunto de postagens ajuda a situar a página diante de um duplo endereçamento, a partir da narrativização de semelhanças entre a cantora e a história e política de Cuba e seus enlaces afetivos privados a partir de sua filha.

2) Formação de redes com outros fãs de Madonna: Este conjunto de postagens está disposto a partir, muitas vezes, de compartilhamentos que Alberto Arcos faz de páginas dedicadas a Madonna em outros países, no contexto cubano. Percebe-se, por uma própria disposição do idioma espanhol, a preferência pelo jornalista compartilhar posts de países da América Latina e da Europa de línguas latinas. Vem do México o maior número de compartilhamento de posts (um total de oito) das páginas "Madonna México", "Madonna MX" e "La Realeza del Pop". Com quatro postagens, em segundo lugar aparece a página "Grupo Madonna Oficial – Peru", seguida de três postagens do "Madonna Venezuela". Percebe-se que Alberto Arcos também hierarquiza as páginas, fazendo posts destacando algumas delas, em função de sua importância histórica. Ao se referir à página "Divina Madonna – Espanha", o autor enfatiza que a tal página é muito fiel à "rainha do pop", estando, ao lado de Madonna, desde a extinta rede social Orkut, no início dos anos 2000.

A perspectiva de formação de redes de fãs de Madonna latino-americanos se estreita a partir de 6 de junho de 2015, quando a fã argentina Alejandra Silvia Ludueña sugere que Alberto publique posts apresentando a página "Madonna Cuba" no fórum da página "Lucky Star Madonna Fans Club Argentina". Surpreendido, ele registra, um dia depois, agradecendo a Alejandra, que, em 24 horas, a página "Madonna Cuba" teve 70 "likes". Desse contato, surge a colaboração do fã também argentino Lesmack Mesa Parente (do fã-clube Madonna Argentina), que cede uma ilustração de Madonna para Alberto sendo creditado "Arte Madonna by Lesmack (Argentina)". Há compartilhamentos de postagens de sites em inglês (Madonna Australia e Material Girl PR-Inglaterra), em chinês (Madonna China) e em turco (Madonna Türkyie Official – Turquia). Nenhum dos Estados Unidos.

3) Narrativização da condição de fã de Madonna sem acesso aos produtos da cantora: no dia 18 de junho de 2015, Alberto Arcos surpreende os "assinantes" da página "Madonna Cuba" com um conteúdo crítico em sua postagem: "Fãs cubanos dentro desta ilha estamos ansiosos e desiludidos porque não existe uma forma sequer de ver o clipe de 'Bitch I'm Madonna'. Nada descarrega, nada baixa, não há acesso. Tudo bloqueado. O Youtube nem aparece. Amém"[17]. É a primeira vez que o jornalista usa um tom crítico se

17Tradução nossa para: "Los Fans cubanos dentro de la Isla estamos anciosos y desilusionados no existe aun una via para poder VER el clip de BITCH I'm MADONNA, nada descarga, nada baja, nada nos da acceso, todo bloquedo,,youtube que NO aparece, AMEN". Disponível em: https://www.facebook.com/Arcos73/posts/885386048201251.

referindo ao bloqueio a internet e a baixa velocidade no contexto cubano, inclusive mencionando a possibilidade de censura ao YouTube que "nem aparece". Cinco dias depois, ele volta a lamentar, num post de 23 de junho de 2015, em que, com uma fotografia de Madonna assustada, redige: "Esta é a cara de #Madonna ao saber que seus fãs cubanos dentro da ilha ainda não assistimos a seu último vídeo 'Bitch I'm Madonna'. YouTube cancela o acesso ao vídeo dentro de meu país. Bloqueia. Saberá Madonna disso?"[18]. Nesta mesma postagem, inicia-se um diálogo com fãs de outros países em que Alberto relata a dificuldade de ser fã de Madonna em Cuba. Para o espanhol Paolo Salas, atesta às 21h09 do dia 23 de junho: "estimado amigo, não imaginas o sofrimento dos fãs cubanos para ver coisas de nossa rainha". O fã russo Diego Gregoraschuk dá uma sugestão a Alberto, às 21h22 do dia 23 de junho: "Uau, garoto! E se vocês tentarem ver pelo Vimeo ou alguma outra rede? Há o Rutube, rede russa. Ou então, eu subo aqui e compartilho com vocês. Há coisas de Madonna em Cuba? Revistas, discos, se edita algo?", indaga o fã russo. Alberto responde às 23h28 do dia 23 de junho: "Não chega nada aqui ou, se mandasse, se perderia no caminho. Mas admiro sua atitude", referindo-se à atitude do amigo em "subir" o vídeo numa rede social russa apenas para que Alberto e fãs de Madonna em Cuba pudessem assistir.

Considerações Finais

Como debater os afetos políticos de fãs da cantora Madonna em Cuba, diante de um histórico de disputas geopolíticas entre Cuba e Estados Unidos, senão através de uma agenda que proponha entender os impasses da interculturalidade? Afetos que são processos não facilmente agrupáveis numa mesma série socioeconômica ou cultural, uma vez que se apresentam contraditórios, turvos, pouco seguros. Mais do que generalizar conclusões, optamos por pensar como fenômenos como este ajudam a reformular perguntas: o que acontece com o local, com o nacional e com o transnacional? Que relações entre trabalho, consumo e território estão implicados nas articulações entre bens e mensagens? Pensar o consumo de produtos e artistas norte-americanos em Cuba significa debater, num sentido mais amplo, as inúmeras etiquetas com identificação asiática, os artigos de consumo estadunidense ou as bandeiras

18 Tradução nossa para: "Esta es la cara de #Madonna al enterarse que sus Fans Cubanos dentro de la isla aun NO hemos visto su último video, Bitch I'm Madonna. Youtube cancela las vistas al video dentro de mi pais. Lo bloquea. Sabrá MADONNA esto?". Disponível em: https://www.facebook.com/Arcos73/posts/885386048201251.

argentinas e mexicanas. Canclini atesta: "As relações entre aproximações de mercado, nacionalismos políticos e inércias cotidianas de gostos e afetos seguem dinâmicas divergentes, como se não tivessem se inteirado das redes que reúnem economia, política e cultura em escala transnacional" (CANCLINI, 2009, p. 21). A proposta de captar um impasse político diante de um fenômeno de consumo cultural como fãs de música pop estadunidense em Cuba apela para o modo errático e não representativo em que demabula a política.

> "Trata-se de prestar atenção às misturas e aos mal-entendidos que vinculam os grupos, descrevendo como se apropria dos produtos materiais e simbólicos alheios e como os reinterpreta. Não só as misturas mas também as barreiras em que se entricheiram. Não só os intentos de conjugar as diferenças mas também os dilaceramentos que nos habitam" (CANCLINI, 2009, p. 25)

O que é um lugar na mundialização? Quem fala e a partir de onde? O que significam os desacordos entre jogos e atores, triunfos militares e fracassos políticos, difusão mundial e processos criativos?

REFERÊNCIAS

BOWN, M. C. & TAYLOR, B. (orgs.). **Art of the Soviets - Painting, Sculpture and Architecture in a One-Party State, 1917-1992**. Manchester: 1993.

CANCLINI, N. G. **Diferentes, Desiguais e Desconectados.** Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2009.

CHOMSKY, A. **História da Revolução Cubana.** São Paulo: Veneta, 2015.

GUILIAN, J. **Colorama, Un Programa Musical Juvenil.** Portal de La Televisión Cubana. Havana, 2013. Disponível em: http://www.tvcubana.icrt.cu/seccion-entre-tu-y-yo/1106-colorama-un-programa-musical-juvenil.

NUNES, J.A. Teoria Crítica, Cultura e Ciência: Os Espaços e os Conhecimentos da Globalização. In: SOUZA SANTOS, B. de (org). **A Globalização e As Ciências Sociais.** 4.ed. São Paulo: Cortez, 2011. p. 301-344.

PEIDRO, C. **Televisión Cubana: Radio con Imagenes.** Portal Cubanet. Havana, setembro de 2013. Disponível em: https://www.cubanet.org/otros/television-cubana-radio-con-imagen/

SALLES, E. **Gráfica Utópica: Arte Gráfica Russa 1904-1942**. Rio de Janeiro: CCBB, 2002 (catálogo da exposição).

SOUZA SANTOS, B. de (org). **A Globalização e As Ciências Sociais.** 4.ed. São Paulo: Cortez, 2011.

SUAREZ, O. **Marta Pita, productora de Colorama, cuenta cómo burló la censura musical en Cuba.** Blog Universo Increible. Miami (EUA), novembro de 2014. Disponível em: http://blog.universoincreible.com/marta-pita-productora-de-colorama-cuenta-como-burlo-la-censura-musical-en-cuba-video-interview/.

VILLAÇA, M. M. **O Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC) e a política cultural em Cuba (1959-1991).** Tese de doutorado em História Social. São Paulo, 2006. Disponível em: http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8138/tde-06112006-174750/en.php.