

Jogos Transitórios: Ruptura e Permanência, do Urbanismo Letrista à Cidade Situacionista, do Teatro de Guerrilha ao *Stunt* Publicitário¹

Rodrigo MACEIRA²
ESPM, São Paulo, SP

Resumo

O artigo percorre a história da relação da cidade com o ativismo criativo, no século XX, descobrindo, na atuação e na ação performática de grupos como letristas, situacionistas, Diggers e Yippies, as matrizes da guerrilha publicitária. Para investigar em que medida os sentidos sociais dessas mobilizações sobre a cidade se aproximam e se afastam, e seus legados para as culturas ocidentais, recorre aos conceitos de liminar e liminóide, trabalhados sob a ótica da Antropologia da Performance, pelo antropólogo britânico Victor Turner.

Palavras-chave: ativismo criativo, internacional situacionista, teatro de guerrilha, guerrilha publicitária, antropologia da performance.

O compartilhamento de formas simbólicas entre a publicidade e outras fontes culturais, em sociedades ocidentais, remonta, como alerta Williams (2011) em “Publicidade: o sistema mágico”, ao “papiro de Tebas, há três mil anos oferecendo uma recompensa para o escravo fugitivo” e prossegue com “lembranças como a dos anunciantes nas ruas de Atenas” e com “pinturas de gladiadores da Pompeia arruinada, com frases solicitando comparecimento a seus combates” (p.231). Com a industrialização da cultura, a partir dos séculos XVIII e XIX, a apropriação, por parte da publicidade, de formas simbólicas associadas a outros campos e outras poéticas, especificamente às artes, ganha fôlego e invade as relações cotidianas das metrópoles modernas. É nesse percurso que se insere o uso da linguagem teatral e do jogo, e da performance, nas sociedades de consumo contemporâneas, como recurso para diversificar a relação das marcas com as cidades, e dos produtos com as pessoas.

Neste artigo, recorreremos a importantes expressões do ativismo criativo das décadas de 1950 e 1960, de um lado, e à guerrilha publicitária, de outro, para mostrar como o uso criativo da cidade serviu, a um tempo, e com legados diferentes, à crítica e à renovação da engrenagem

¹ Trabalho apresentado no GP Publicidade e Propaganda do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo, membro do grupo de pesquisa “Comunicação, consumo e arte – ESPM/SP”, email: soyjulius@gmail.com.

que organiza as culturas do consumo. Após apresentar os pontos de encontro dessas poéticas ativistas e de seus ecos na publicidade, discutiremos seus distanciamentos, a partir da Antropologia da Performance, na perspectiva de Victor Turner (1974; 2013).

A cidade situacionista e outros antecedentes do teatro de guerrilha

Desde os letristas franceses, na década de 1950, em Paris, o debate sobre a ocupação criativa da cidade incluiu-se entre os estudos das Ciências Sociais e Humanas, somando-se ao viés sociológico das perspectivas de Simmel, Benjamin e Lefebvre, por exemplo. O grupo, inicialmente liderado pelo romeno Isidore Isou, estendeu a perspectiva de uma revolução a partir da palavra para uma ação revolucionária sobre o imaginário urbano (GRANÉS, 2012; JAPPE, 1998). Personagens identificados com o movimento, como o ucraniano Gilles Ivain (Ivan Chtcheglov), reuniram ideias para uma cidade contrária à arquitetura funcionalista e racional, fortemente associada ao trabalho de Corbusier (KNABB, 2006), em diversos manifestos que serviriam de referência e inspiração, implícita ou explicitamente, para grupos de artistas, de arquitetos, de estudantes e, até mesmo, para agências de comunicação interessadas em promover intervenções temporárias sobre a lógica produtivista do plano urbano.

Emblemático dessa busca letrista é o texto “Propostas para o embelezamento racional da cidade de Paris”, de 1955 (LETTRISTE, 1996). Nele, os jovens franceses reivindicam interruptores para regular a luminosidade em postes públicos, a doação do acervo de museus para bares e cafés, e declaram a cidade lúdica como germe da cidade revolucionária.

Poucos anos depois, os situacionistas, herdeiros diretos da poética que propunham os letristas, particularmente na relação do sujeito revolucionário com a cidade, consolidarão, nas páginas da *Internacional Situacionista*, uma teoria pioneira para o ativismo criativo. A criatividade deveria ser tomada como instrumento de combate à alienação: se, na esteira da produção, o homem reproduzia tarefas sem qualquer consciência da imagem total pela qual trabalhava; na cidade, pelo contrário, deveria reaver sua liberdade, participando da produção do sentido do seu entorno. O homem situacionista aspirará, portanto, à ação criativa sobre a cidade (JAPPE, 1998; KNABB, 2006; PLANT, 2008).

Na linha do que já apontara Lefebvre (2014), em *A crítica da vida cotidiana*, a lógica de dominação do capital, na França aceleradamente urbanizada da década de 1950, extrapolara o espaço de trabalho, invadindo e determinando as relações de lazer e em família. Novas

formas de alienação teriam sido forjadas no ambiente privado – Lefebvre (2014) destaca o efeito fetichizador das imagens da indústria cultural, em particular. Desse modo, dirão Debord e os demais situacionistas dos primeiros manifestos, a cidade era uma instância crucial para a luta contra o assujeitamento do homem moderno (JAPPE, 1998; KNABB, 2006). Transformando as relações da malha urbana, erguer-se-ia um obstáculo às derivações do trabalho alienado próprio da organização industrial.

O ativismo situacionista forneceu, assim, as bases para táticas criativas de ação, que repercutiram diretamente sobre práticas contraculturais em diversos lugares do mundo ocidental da década de 1960. As mais conhecidas delas são justamente a criação de situações, a deriva e o *détournement*.

A primeira, detalhada em textos como “Problemas preliminares para a construção de uma situação” (1958) e “Definições” (1958), orientava a resistência em direção a uma ação de ruptura com o cotidiano: ao construir uma situação, o sujeito experimentaria, temporariamente, uma autonomia à revelia da ordem produtivista. Separaria um intervalo em seu dia para recriar o mundo a partir da busca pela realização dos seus desejos, mediante intervenções na rotina da metrópole (KNABB, 2006, p.49). Na situação, o sujeito submeter-se-ia exclusivamente às próprias vontades e, como num jogo, observaria leis alheias às regras que regulam o mundo exterior. Em trecho do citado “Problemas preliminares...”, Debord esclarece que, como no teatro, a situação deve ter direção e papéis distribuídos, sempre em alternância, e, apesar de frequentemente encontrar suas referências na arte, também pode servir-se de outras fontes, como as mídias de massa (KNABB, 2006, p.50).

Por sua vez, a deriva abria a cidade a caminhadas de sujeitos desprovidos de destinos determinados. Embora os situacionistas defendessem a aleatoriedade das deambulações, reconheciam, em linha com a Psicogeografia de Kabylye, a intencionalidade do desenho urbano sobre as emoções e decisões do passeante (KNABB, 2006, p.62). A deriva servia, assim, como estímulo à construção de situações e à adoção de comportamentos lúdicos em lugares não familiares aos caminhantes.

Já o *détournement*, explica Jappe (1998), revela a admiração situacionista pela colagem dadá, com destaque para as montagens paródicas de John Heartfield, em combate à ascensão nazista. A técnica propõe o reagrupamento de signos de modo a desviar os sentidos originais de cada um deles (JAPPE, 1998). Foi muito utilizada nos quadrinhos e nas novelas gráficas, nos quais os balões eram preenchidos com textos diferentes dos originais. O *détournement* será retomado nas décadas de 1980 e 1990, por grupos e

coletivos cujo ativismo ficou conhecido como *culture jamming* e associado à atuação dos americanos do Billboard Liberation Front e da artista canadense Carly Stasko (CULTURE..., 2001).

Situação, deriva e *détournement*, como conceitos, mas principalmente como práticas, contaminarão linguagens exercitadas por diversos movimentos criativos da década de 1960. Em Amsterdã, entre 1965 e 1967, os provos, reunidos ao redor de personagens como Robert Grootveld, van Duijn e Constant (ex-situacionista), protagonizarão inúmeras intervenções criativas sobre a cidade (GUARNACCIA, 2010). Dos *happenings* antitabagistas encenados diante da estátua Het Lieverdje, na praça Spui, no centro da cidade, a ressignificações de publicidades de cigarro e carro, por meio da adição da letra K e de outras colagens, usaram espaços e mobiliários urbanos para detonar “bombas criativas” que imediatamente repercutiram na imprensa, dentro e fora da Holanda. Mais tarde, no manual de ativismo criativo *Bela baderna*, a técnica receberá o nome de “Faça o trabalho da mídia por eles”: o protesto criativo em praça pública, quando bem executado, daria uma notícia pronta (BOYD; MITCHELL, 2013, p.61). Numa de suas ações mais conhecidas, apresentada no manifesto “Plano das bicicletas brancas”, convocaram os cidadãos de Amsterdã a pintar suas bicicletas de branco e colocá-las à disposição de todos os interessados em resistir à indústria automobilística. A cidade lúdica dos provos teve ainda, entre outras ações, panfletos encartados em meio a jornais e manifestos depositados na bandeja de *vending machines*. A repercussão da atuação dos *provocadores* chegou a ser tão espetacular, que levou Debord a desenvolver uma crítica ácida ao movimento, na qual esclarecia, em resposta a um artigo do *Le Figaro*, que, há muito, deixara de haver conexão entre a prática midiática dos provos e as ideias situacionistas (DEBORD, 1967).

Em Berlim, em fevereiro de 1967, a Kommune 1, grupo de jovens que defendiam um modelo de vida alternativo à dinâmica da família burguesa industrial, assentada sobre a lógica do trabalho e do lazer, também levou a cabo ações criativas que, com humor, quiseram produzir curtos circuitos no cotidiano das cidades exemplares do mundo ocidental (BLUMENSTAIN, 2012). Oriundos de grupos simpáticos à ação política radical, como o München Subversive Aktion e o Berlin Sozialistischer Deutscher Studentenbund, mudaram-se para um apartamento ocupado da porção ocidental da capital alemã, onde passaram a discutir a práxis mais coerente com as ideias pelas quais se haviam reunido (TEUNE, 2007). Inspirados por textos de Marcuse, críticos da legislação da sexualidade e

da supressão das individualidades patrocinadas pelos meios de massa, encontraram, tal como já entendera a teoria situacionista, as ruas como suporte para suas reivindicações. Entre as ações de maior repercussão realizadas pelo grupo, tão provocativas e espetaculares quanto o ativismo dos provos holandeses, estão o *flyer* distribuído numa loja de departamentos e a “bomba” preparada para a visita do vice-presidente norte-americano (BLUMENSTAIN, 2012). No primeiro caso, o grupo escolheu denunciar a sociedade de consumo e a Guerra do Vietnã, entregando um panfleto entre os clientes de uma loja de departamento, no qual, estampando fotos de corpos queimados, creditavam a terroristas o incêndio num estabelecimento semelhante da Bélgica e ameaçavam refazê-lo em Berlim. No episódio da bomba, batizada de “pudim, iogurte e farinha” por uma matéria do *New York Times*, membros da comuna foram detidos pela polícia, que não conseguiu achar explosivos entre os ativistas.

A teatralidade usada pela Kommune I como forma de protesto vinha dos dadaístas satíricos de Berlim na década de 1920, do surgimento dos *happenings* na América e da Internacional Situacionista, uma das primeiras grandes defensoras da incorporação de atos artísticos como instrumentos de protesto na Europa pós-guerra. Como uma das principais figuras da Kommune I, Fritz Teufel foi responsável por muitos dos panfletos políticos do grupo, além de encenar protestos dramáticos. Teufel proclamara que a política tinha assumido as características de um circo e transformado o público em mera plateia. Mas justamente porque eram uma plateia de teatro, tinham o direito de jogar tomates se não gostassem da peça. Teufel pensava a sociedade como palco onde as críticas poderiam ser transmitidas através de protestos teatrais. (HEERE, p.40, 2012)

Como explica Teune (2007), as ações da Kommune I ficaram conhecidas pela expressão *Spassguerrilla*, ou Guerrilha Divertida, em português.

À época da efervescência do ativismo criativo na Europa, que culminaria com a tomada da cidade de Paris, em Maio de 68, o também alemão Herbert Marcuse, guru de muitos dos conceitos que sustentavam a ação “criativa, imaginativa e sensual” do sujeito radical (PLANT, 2008), era professor na Costa Oeste norte-americana. Antes de migrar de Boston e Nova York, onde lecionara nas Universidades de Brandeis e Columbia, já havia publicado *Eros e Civilização* (1955) e *O homem unidimensional* (1964), referências assumidas para muitos dos ativistas que emergiram na década de 1960 (HEERE, 2012). A liberação do princípio do prazer, a supremacia da liberdade individual e da criatividade serão demandas incorporadas e ressoadas pela prática e performances de diversos desses grupos.

Em São Francisco, a Mime Troupe trocara os teatros pelas ruas, com a estratégia de “tomar de surpresa lugares públicos controlados pelo inimigo e representar uma obra subversiva

que tivesse um efeito emocional e intelectual na consciência do público” (GRANÉS, 2012, p.278). O procedimento pensado pelo fundador da trupe, Ronnie Davies, espelhava as leituras que fazia de Che Guevara: atear fogo no território de combate, evitando o confronto direto com as grandes forças armadas. Segundo o próprio Davies, teria sido ele o primeiro a usar a expressão “teatro de guerrilha”.

A obsessão por atacar o espetáculo e apagar a distância entre atores e públicos também contagiou alguns grupos de teatro experimental. Se o teatro queria somar-se ao espírito vanguardista, sacudir o público e contribuir com a revolução, deveria mudar tanto suas metas como seus métodos. A encruzilhada era evidente: a obra que representavam poderia ser revolucionária, mas a própria lógica do teatro, recolhido entre quatro paredes e com uma fossa entre palco e plateia, convertia o espectador em agente passivo e a representação em espetáculo. (GRANÉS, 2012, p.272)

Como nos berlinenses da Kommune I, a ação da Mime Troupe era “herdeira da *commedia dell’arte* do século XVI e de suas táticas humorísticas, às que soube dar bom uso para ridicularizar os poderosos. Esse eficaz instrumento serviu a Davies para fazer descer do céu a terra os governantes, evidenciando seus vícios e fraquezas” (GRANÉS, 2012, p.277).

De acordo com Granés (2012), a atuação da Mime Troupe dialogava com o modelo de teatro radical de rua iniciado, no Estados Unidos, pelo Living Theatre de Nova York, e nos interessa particularmente por ser o ponto de origem de um teatro urbano espetacularmente (sob o viés da crítica debordiana) criativo e midiático, primeiro, no distrito *hippie* de Haight-Ashbury, em São Francisco, e, pouco depois, no Lower East Side, em Nova York.

Em 1966, três membros da Mime Troupe iniciaram um projeto paralelo, centrado no combate à lógica do consumo e do capital, e cuja ação renderia enorme repercussão, dentro e fora dos Estados Unidos. O grupo, que escolheu o nome Diggers em alusão a uma comuna anarquista inglesa de 1649, passou a operar uma série de projetos que promoviam gratuitamente, em espaços e performances públicas, o que era negociado por dinheiro, na dinâmica normal das trocas privadas (GRANÉS, 2012; HOFFMAN, 2013). Foi assim que serviram pratos grátis de comida no Golden Gate Park, criaram a loja Free Frame of Reference e uma pequena farmácia grátis no bairro boêmio de São Francisco.

O novo coletivo continuou a fazer teatro e *happenings*, mas com um objetivo distinto. Sua prioridade já não foi criticar o sistema para preparar a revolução, como fazia a San Francisco Mime Troupe, mas sim criar uma comunidade utópica distanciada do estilo de vida americano, semelhante ao que tentaram fundar os provos e os kabouters em Amsterdã. Esta sociedade deveria ser um espaço de

liberdade absoluta, onde o indivíduo não se veria coagido por imposição alguma e menos ainda pela falta de dinheiro. (GRANÉS, 2012, p.280)

A cidade dos Diggers deixava de ser um espaço da organização da produção e do consumo, sob mediação do capital, para se tornar uma rede libertadora baseada na livre colaboração. O *free*, tão associado a práxis do grupo, e que, em inglês, significa “livre” e “grátis” ao mesmo tempo, inspiraria, como conta Peter Coyote (THE SIXTIES..., 2005), então figura destacada dos Diggers e, mais tarde, ator prestigiado em Hollywood, a ação performática *Free Frame of Reference*. Numa praça do bairro, os Diggers convidavam os passantes a descobrir, através de uma pequena moldura de papel que traziam penduradas ao pescoço, tudo aquilo que poderia ser grátis na cidade.

No prefácio da versão espanhola de *Revolution for the hell of it*, reunião de textos de Abbie Hoffman, um dos idealizadores dos Yippies – Youth International Party, que levará a guerrilha criativa dos Diggers para Nova York, Fernández-Savater (2013) descreverá assim a intervenção:

Mas, então, por que continuar falando de teatro e não simplesmente de ação, de política ou diretamente de vida? O grupo dos Diggers, de quem os Yippies aprenderam tantíssimo, organizava refeições gigantescas nos parques de São Francisco para as pessoas pobres da comunidade alternativa do bairro de Haight-Ashbury. Para chegar, era necessário atravessar uma moldura enorme que os Diggers instalavam intencionalmente. A moldura abria uma cena e mostrava um enquadramento: entre a normalidade e uma situação insólita organizada segundo a lógica de outro mundo (cooperação, gratuidade, desperdício). A moldura fazia ver a redefinição em sentido ao possível. “Agora, você está do outro lado do espelho”. Os Yippies sabiam muito bem disso: necessitamos de ficção para ver a realidade, assim como também necessitamos da ficção para ver a realidade como ficção. Tudo depende do marco de referência. (HOFFMAN, 2013, p.29)

Hoffman (2013) explica que os Yippies surgiram do contato com membros dos Diggers de São Francisco e levados para Nova York, em 1967. Em seus textos, declara admiração por artistas e figuras revolucionárias, como Artaud e Che Guevara, ao mesmo tempo que cita os Beatles como a maior influência (HOFFMAN, 2013, p.118) e McLuhan como mais relevante que Marx (p.107). Davam sequência à linhagem ativista incluída na árvore genealógica do *Homo ludens*, de Huizinga (2012), e, com seu modelo de revolução criativa, passaram a flertar cada vez mais com a cultura do espetáculo. A exemplo dos provos, Abbie Hoffman, Jerry Rubin e os demais jovens Yippies de Nova York descobriram-se fascinados pela projeção de suas ações em manchetes midiáticas.

Os meios de comunicação fazem o trabalho por nós. Genial! “Se você vai a São Francisco, não se esqueça de colocar uma flor no cabelo”. A mensagem é onipresente. O meio é a mensagem. Faça uso deles! Não é necessário arrecadar fundos, nem anúncios de página inteira no *New York Times*, nem assessoria de imprensa. Basta criar sua própria história, à sua maneira: a imprensa engole. FAÇA VOCÊ AS NOTÍCIAS. (HOFFMAN, 2013, p.80)

Se os hippies haviam sido manipulados pela mídia, escreveu Hoffman (2013), os Yippies seriam justamente capazes de manipular a mídia. E, com isso, é possível, estivessem se aproximando perigosamente da máquina de produção de imagens tão criticada por Debord. Rubin (*apud* PACE, 1994) diria, anos depois, como empresário bem-sucedido de Wall Street: “Eu sei que, hoje, posso ser mais efetivo usando terno e gravata que dançando fora das paredes do poder”.

Figura 1: Policiais apreendem Pigasus, candidato porco criado pelos Yippies, em 1968.



Fonte: Red Alert Politics³

Entre as encenações que marcaram o ativismo lúdico do grupo pelas ruas norte-americanas, incluem-se o multitudinário *be-in*⁴ no Central Park, celebração coletiva que reuniu cerca de

³ Disponível em < <http://redalertpolitics.com/2013/11/22/political-animals-9-animals-breaking-species-barriers-in-politics/>>. Acesso em jul/15.

30000 pessoas “que davam tudo grátis: fruta, balas, roupas, flores, frango, ovos de Páscoa, poemas” (HOFFMAN, 2013, p.61), em 1967; a chuva de dinheiro, com notas falsas e verdadeiras lançadas da janela da Bolsa de Valores, e disputadas pelos passantes, em Nova York, em 1967, e a campanha para eleger um porco presidente dos Estados Unidos, com passeata, entrevista do candidato e enorme repercussão, durante a convenção nacional do Partido Democrata, em Chicago, em 1968 (HOFFMAN, 2013).

No geral, a ativismo criativo que atravessou o século XX e tomou o espaço urbano como vitrine de demandas críticas e experimentações divertidas, dos letristas ao teatro de guerrilha, confirma o entendimento que Kittler (1996) desenvolve no artigo “The city is a medium”. Nele, a cidade é entendida a partir de uma analogia com sistemas informáticos, como nó de redes que garante o tráfico de dados e o processamento de informações, e que viabiliza a transmissão da cultura entre gerações. Para além da ideia de suporte, a cidade-*media* acontece, e se faz, no choque de informações, na interação de dados que se comunicam/atualizam mutuamente e, assim, asseguram sua própria circulação.

Entre o liminar e o liminóide: ativismo performático e espetáculo, do teatro de guerrilha ao *stunt* publicitário

A partir da década de 1980, nas economias capitalistas ocidentais, uma série de números encenados em espaços públicos de grandes metrópoles passou a apresentar marcas e produtos de maneira diferente daquela a que os cidadãos estavam culturalmente acostumados (HIMPE, 2006). No lugar dos anúncios veiculados em mídias de alcance massivo, como televisão, rádio e jornal, a publicidade adotava o formato de experiências temporárias, teatrais, ao vivo e diretas, nas quais marcas interagiam com os consumidores de acordo com as leis que Huizinga (2012) atribuiu ao jogo: o contato lúdico desse novo formato publicitário “sequestrava” o espectador temporariamente da rotina da cidade, introduzindo-o num sistema de regras próprias cujo cumprimento, entre os participantes, assegurava o sentido da brincadeira.

A técnica, que ora empregava atores, ora produzia cenários e ambientações transitórias, acabou por receber nomes variados, emprestados das artes e do léxico militar: ambiente, ambiental, *street* marketing, marketing de emboscada, instalação, assalto, infiltração, ou ainda, e talvez o mais comum entre todos, guerrilha publicitária. Mais recentemente,

⁴ A expressão “*be-in*” foi popularizada entre jovens da contracultura norte-americana, que organizavam ações coletivas, como os “*sit-ins*” – manifestações nas quais todos se sentavam sem hora para levantar, em restaurantes, faculdades, hotéis etc. –, em protesto contra a discriminação racial na Universidade de Berkeley.

profissionais de agências referem-se ao mesmo formato publicitário, empregando o termo, geral e menos agressivo, *stunt*, algo como “acrobacia” em inglês (MACEIRA, 2015).

Se a organização de *flashmobs*, como a dança coletiva surpresa de funcionários em meio a clientes do Ikea, em Madri, se relaciona com a construção de situações e com a prática dos chamados *be-ins* do ativismo criativo da contracultura norte-americana, também são inegáveis – do ponto de vista dos modos e elementos de criação (poéticas) e fruição (estéticas) – as afinidades entre os *be-ins* convocado pelos Yippies e o *pop-up park* patrocinado pela Coca-Cola, em Vilnius, em 2013. A mesma Coca-Cola, aliás, serviu, no melhor estilo Diggers, refeições gratuitas, assinadas por um chefe midiático, numa praça de Nápoles, também com a intenção de demonstrar como, com o refrigerante, a vida feliz é uma questão de referência (“*frames of reference*”).

Figura 2: “Roll out happiness”, da Coca-Cola (2013)



Fonte: FastCompany⁵

Do mesmo modo que os letristas pediram interruptores em postes públicos de luz, para ajuste dos próprios habitantes das cidades, com ecos diretos sobre a atuação dos estudantes franceses em Maio de 68, a IBM contratou a Ogilvy Paris para o desenvolvimento de uma campanha com anúncios inteligentes para a cidade, em 2013. Se os primeiros quiseram embelezar criativamente a capital francesa, os segundos apostaram por uma publicidade

⁵ Disponível em <<http://www.fastcocreate.com/3018827/coke-turns-a-city-square-green-urges-people-to-take-off-their-shoes-in-latest-campaign>>. Acesso em jul/15.

funcional. Ambas compartilharam a busca por uma experiência urbana mais lúdica e amigável, que convoca o cidadão a participar da construção do seu sentido.

Figura 3: “IBM – Smart ideas for smarter cities” (2013)



Fonte: Creativeguerrillamarketing.com⁶

Nesses e noutros casos, a semelhança no uso da cidade como palco para um jogo compartilhado entre atores e espectadores, ativistas e passantes, desperta, na perspectiva de uma pesquisa comparada, a necessidade de um quadro teórico que nos auxilie a pensar em que medida essas ações, de linguagens tão próximas, e motivações tão distantes, se tocam e se diferenciam. Diferentes percursos metodológicos poderiam cumprir a tarefa, mas, aqui, escolhemos lançar mão, por nos fornecerem pistas importantes, de conceitos importados da antropologia da performance, de Victor Turner (1974; 2013).

O autor de *O Processo Ritual* busca compreender a simbologia da performance a partir da teoria sobre os ritos de passagem do antropólogo francês Arnold Van-Gennep. Para tanto, emprega o que chama de simbologia comparada, confrontando os significados dos ritos de passagem em sociedades de “pequena” e “larga escala” (TURNER, 1974, p.56), em momentos diferentes da história.

⁶ Disponível em: <<http://www.creativeguerrillamarketing.com/guerrilla-marketing/ibm-smart-ideas-for-smarter-cities-useful-billboards/>>. Acesso em jul/15.

Explica Turner (1974; 2013) que, de acordo com a obra do antropólogo francês, do começo do século XX, em grande parte das sociedades primitivas (“*small-scale*”), os ritos de passagem – aqueles que credenciam um de seus membros a aceder a um status novo, ou, numa perspectiva coletiva, que levam o grupo a reavaliar e revalidar os sentidos de práticas compartilhadas – dividem-se em três momentos gerais: separação, transição/margem e agregação/incorporação. De maneira breve: em muitos rituais, o indivíduo se separa do grupo, passa por um período de transição que geralmente implica um distanciamento geográfico do centro que enreda os sentidos dessa cultura e, finalmente, reincorpora-se à sociedade apto à participação em posições e relações às quais não tinha acesso antes de cumprida sua “passagem”.

Turner (2013) esclarece, então, que é justamente na fase da *transição* que emerge a condição “liminar” do sujeito em relação às obrigações que até então teve e, mais tarde, tornará a ter, diante das normas da estrutura social. É dizer: quando o membro se afasta do grupo, para, mais tarde, ser reincorporado com novo status social, ele conhece uma liberdade, um descolamento e uma permissividade, que tendem a nunca mais se repetir na vida desse indivíduo. “Durante o período ‘limiar’ intermédio, as características do sujeito ritual (o ‘transitante’) são ambíguas; passam através de um domínio cultural que tem poucos, ou quase nenhum, dos atributos do passado ou do estado futuro” (TURNER, 2013, p.97). Se, por um lado, o sujeito, ou a coletividade em transição, está desamparado pelo isolamento, por outro, está livre para experimentar limites alheios às determinações previstas nos códigos do grupo que antecedem e sucedem o estado marginal. Essa é a dimensão do conceito de *liminaridade* que Turner aproveitará para interpretar a performance na contemporaneidade. Um intervalo que libera o sujeito da reprodução dos sentidos cotidianos e estáveis.

O caráter transitório da fase na qual emerge a noção de liminaridade guarda diversas semelhanças, por exemplo, com passagens dos manifestos em que Debord detalha o conceito de situação: “a situação é também um conjunto de comportamentos no tempo. Ela é composta de ações contidas num *cenário transitório*”, ou ainda “a direção realmente experimental da atividade situacionista consiste em configurar, sobre desejos mais ou menos reconhecidos, um *campo temporário* favorável à realização desses desejos” (*apud* KNABB, 2006, p.49). Assim como a margem/transição nos ritos de passagem, a situação também seria uma preparação para um mundo novo ao tomar partido “em favor daquilo que trará o futuro reinado da liberdade e do jogo, da brincadeira” (p.39).

No artigo “Liminar to liminoid, in play, flow, and ritual: an essay in comparative symbology”, Turner (1974) descreverá a migração da ocorrência de fases/situações liminares, nos povos primitivos, para o que ele identifica como *liminóide*, nas sociedades industriais. Em linhas gerais, as fases liminares eram possíveis em sociedades pré-industriais, onde trabalho, jogo e prazer ainda não haviam sido separados pela organização do tempo imposta pela produção industrial – na lógica dessa última, o jogo, o lúdico, e a brincadeira passarão a ser identificados com formas de antiestrutura. O liminóide, portanto, como na situação situacionista ou na performance contemporânea, teria passado a se relacionar intimamente com a noção de jogo (entendido como sistema cujas leis internas liberam o jogador, temporariamente, das leis externas).

Nas sociedades industriais, as possibilidades de fases antiestruturais, de acordo com o autor, seriam mais fragmentadas, praticadas menos coletiva que individualmente. O liminar, como momento pelo qual todo membro de uma sociedade primitiva deveria passar, tinha, assim, um alcance mais profundo no funcionamento da rotina coletiva do que a versão liminóide, na qual, individualmente, a ruptura pode ser enorme, mas cujos efeitos não ressoam com a mesma potência sobre os rumos da organização social e simbólica do grupo (TURNER, 1974).

Turner (1974) alude, rapidamente, à universidade e à vida de estudante como a irrupção da fase mais antiestrutural entre os membros da sociedade industrial. Acompanhando a analogia do antropólogo britânico, episódios como Maio de 68 ou Primavera Árabe seriam versões recentes da condição liminar de culturas em transformação. Importantíssima na ideia original de liminar é a subsequente conquista de um estado novo, de um status que marca os tempos e os sentidos das fases do ritual de passagem. Em 1967, os Diggers quiseram um mundo inteiro grátis após o histórico Summer of Love de São Francisco. Na França, ao colocar-se temporariamente à margem do sistema produtivo, os letristas buscaram preparar-se para uma cidade menos funcional e mais lúdica, criativa, que apenas aconteceria após uma revolução. Os membros da Kommune 1, em Berlim, acreditaram que, após o retiro na comuna que criaram, produziriam uma cultura sem a ingerência das relações de produção burguesas sobre a vida privada.

De acordo com Turner (1974), sublinhamos, as transformações herdadas dessas fases de transição, no capitalismo industrial característico das sociedades ocidentais, seriam muito mais brandas que àquelas experimentadas em grupos cuja estrutura cultural era experimentada mais integralmente, por ter menor escala. O *liminóide*, condição tão

manifesta em ações e demonstrações performáticas contemporâneas, é o que o *liminar* alcança ser no modelo de organização social das culturas dirigidas ao trabalho serializado.

Stunt publicitário: trânsito entre estados iguais

Os conceitos de liminar e liminóide, e seus sentidos para as culturas onde são experimentados, mostram-se especialmente úteis para elucidar os legados simbólicos de um desfile de um porco candidato à presidência, pelas ruas da Califórnia, na década de 1960, ou de modelos contratadas para desfilar, no metrô da capital paulista, promovendo a São Paulo Fashion Week de 2013.

Enquanto a separação e o afastamento promovidos por um ativismo criativo procuram devolver indivíduos alterados pela vivência a que se submeteram, numa guerrilha publicitária, a performance não quer munir, nem mune, o consumidor de qualquer característica capaz de alterar seu lugar na estrutura da cultura que ele compartilha com os demais membros do grupo.

Essa é uma verificação que, graças à simbologia comparada que embasa a Antropologia da Performance de Turner (1974), nos permite olhar para além dos elementos poéticos e estéticos que os procedimentos de uma análise sincrônica – por exemplo, semiológica – poderiam, eventualmente, deixar escapar (TURNER, 1976, p.54). Determinadas formas simbólicas precisam ser comparadas ao logo do tempo, para, como quisemos neste texto, revelar sentidos eventualmente turvados na perspectiva de uma abordagem estática.

A guerrilha publicitária não é, portanto, e diferente do que se propõe a performance artística contemporânea, fase de rito algum de passagem. A sociedade que a atravessa deverá continuar consumindo símbolos como antes, os status dos *transitantes* permanecem exatamente os mesmos, antes e depois da sua execução. A guerrilha, ou *stunt* publicitário, instaura um jogo para o consumo, mas não ressignifica seu tempo e espaço social. Se ainda podemos esperar da obra performática de Guillermo Gómez-Peña ou Francis Alÿs a contribuição antiestrutural – e liminóide, porque, como já dissemos, opera mais subjetiva que coletivamente –, a publicidade, salvo raros casos, não tem interesse em trazer um sujeito ou um grupo à margem, para retorná-los ávidos por um estado novo. Transitória e lúdica tal e qual a situação, deixa, no entanto, tudo como está.

REFERÊNCIAS

CULTURE jam: hijacking commercial culture. Direção: Jill Sharpe. Reel-Myth Production Inc. Produced, 2001. 1 DVD (126 min), NTSC, color.

- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
- _____. “Revolt and Recuperation in Holland”. Disponível em <<http://www.notbored.org/provos.html>>. Acesso em jul/15.
- BLUMENSTAIN, Ellen. “Politics of the medium”. In: GARCÍA, Dora. **KLAU MICH**. Berlim: Walther König, 2012.
- BOYD, Andrew; MITCHELL, Dave O. **Bela baderna**. São Paulo: Edições Ideal, 2013.
- CRIVELLI V., Jacopo. **Novas derivas**. São Paulo: Editora WMF, 2014.
- GRANÉS, Carlos. **El puño invisible: arte, revolución y un siglo de cambios culturales**. Madri: Taurus, 2012.
- GUARNACCIA, Matteo. **Provos: Amsterdam e o nascimento da contracultura**. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2010.
- HEERE, Lynn Marie. **From Spassguerilla to Stadtguerilla: The Theory and Praxis of the West German Student Movement**. 2012. 106 f. Monografia (Bachelor of Arts) – Wesleyan University, Middletown, Connecticut.
- GRANÉS, Carlos. **El puño invisible: arte, revolución y un siglo de cambios culturales**. Madri: Taurus, 2012.
- HOFFMAN, Abbie. **Yippie: una pasada de revolución**. Madri: Acuarela Libros, 2013.
- HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**. São Paulo: Perspectiva, 2012.
- JAPPE, Anselm. **Guy Debord**. Barcelona: Editorial Anagrama, 1998.
- KITTLER, Friedrich A. “The City Is a Medium”. In: *New Literary History*, vol. 27, no. 4, p. 717-729, 1996.
- KNABB, Ken. **Situationist International Anthology**. Berkeley: Bureau of Public Secrets, 2006.
- LEFEBVRE, Henry. **The critique of everyday life: one-volume edition**. Londres: Verso, 2014.
- LETTRISTE, International. **Potlatch**. Paris: Les Éditions Allia, 1996.
- MACEIRA, Rodrigo. **Videorrelato: outra cena de enunciação para a guerrilha publicitária - Risco e recuperação na busca de uma poética para o consumo**. São Paulo: ESPM, 2015. 216 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo) - PPGCOM, ESPM-SP, 2015.
- PACE, Eric. “Jerry Rubin, 56, Flashy 60's Radical, Dies; 'Yippies' Founder and Chicago 7 Defendant”. *The New York Times*. Nova York, 30 de novembro de 1994. Disponível em <<http://www.nytimes.com/1994/11/30/obituaries/jerry-rubin-56-flashy-60-s-radical-dies-yippies-founder-and-chicago-7-defendant.html>>. Acesso em: jul/15.
- PLANT, Sadie. **El gesto más radical**. La Internacional Situacionista en una época postmoderna. Errata Naturae: Madrid, 2008.
- THE SIXTIES: The years that shaped a generation. Direção: David Davis, Stephen Talbot. Oregon Public Broadcasting, 2005. TV movie (120 min), color.
- TEUNE, Simon. “Humour as a guerrilla tactic: the West German Student Movement’s Mockery of the Establishment”. In: *International Review of Social History*, vol.52, S15, p. 115-132, 2007.
- TURNER, Victor W. **O processo ritual: estrutura e antiestrutura**. Rio de Janeiro: Vozes, 2013.
- _____. “Liminal to Liminoid, in Play, Flow, and Ritual: An Essay in Comparative Symbology”. In: *The Rice University Studies*, vol.60, n.3, p. 53-92, 1974.
- WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Materialismo**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.