

UNIVERSIDADE PAULISTA

JULIANA CONARTIOLI RODRIGUES

**AL JANIAH EM TEMPOS DE PANDEMIA:
comunicação urbana, consumo cultural e ativismos em multiterritórios**

SÃO PAULO

2022

JULIANA CONARTIOLI RODRIGUES

**AL JANIAH EM TEMPOS DE PANDEMIA:
comunicação urbana, consumo cultural e ativismos em multiterritórios**

Trabalho de conclusão de curso para obtenção
do título de Mestre em comunicação
apresentado à Universidade Paulista – UNIP.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Simone Luci Pereira.

SÃO PAULO

2022

Rodrigues, Juliana Conartoli.

Al Jannah em tempos de pandemia: comunicação urbana, consumo cultural e ativismos em multiterritórios / Juliana Conartoli Rodrigues. - 2022.

222 f. : il. color. + CD-ROM.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo, 2022.

Área de concentração: Comunicação e Cultura Midiática.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Simone Luci Pereira.

1. Al Jannah. 2. Comunicação urbana. 3. Multiterritórios. 4. Ativismo. 5. Consumo cultural. I. Pereira, Simone Luci (orientadora). II. Título.

JULIANA CONARTIOLI RODRIGUES

AL JANIAH EM TEMPOS DE PANDEMIA:

comunicação urbana, consumo cultural e ativismos em multiterritórios

Trabalho de conclusão de curso para obtenção
do título de Mestre em comunicação
apresentado à Universidade Paulista – UNIP.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

_____/ / _____

Prof.^a Dr.^a Simone Luci Pereira
Universidade Paulista – UNIP

_____/ / _____

Prof.^a Dr.^a Silvia H. S. Borelli
Pontífice Universidade Católica – PUC-SP

_____/ / _____

Prof.^a Dr.^a Clarice Greco Alves
Universidade Paulista – UNIP

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho a todos aqueles e aquelas que resistem aos ditames das estruturas do neoliberalismo, a partir da música, do protesto, do discurso, da arte e do corpo que pulsa. A todas aquelas pessoas que, inconformadas com questões políticas, sociais ou econômicas, se posicionam e lutam para ter voz e conquistar o seu espaço que é de direito.

*“Tenho sangrado demais
Tenho chorado pra cachorro
Ano passado eu morri
Mas esse ano eu não morro”*

(Música: Sujeito de sorte (1973), compositor: Belchior).

AGRADECIMENTOS

A todos que tornaram esse trabalho possível, especialmente a minha professora-orientadora Simone Luci Pereira, que sempre me impulsionou a persistir com o meu sujeito de pesquisa.

À Prof.^a Dr.^a Silvia H. S. Borelli e à Prof.^a Dr.^a Clarice Greco Alves, que fizeram parte da minha banca de qualificação, enriquecendo o trabalho com as suas contribuições.

Ao grupo de estudos Urbesom (do qual faço parte), pelas leituras, discussões e trocas acadêmicas.

Ao PPGCOM da UNIP, pela competência, e à CAPES/PROSUP, pela concessão a bolsa de pesquisa, que garantiu maior estabilidade no decorrer desses dois anos.

Aos meus familiares, em especial à minha mãe, à minha irmã e ao meu esposo, que me ajudaram a conciliar a jornada acadêmica com o trabalho e a maternidade.

Aos meus colegas de sala, pelas discussões, trocas e conversas.

Aos meus professores da UNIP: Prof.^a Dr.^a Malena Contrera e Prof. Dr. Jorge Miklos, que me inspiraram a querer sempre conhecer mais.

RESUMO

Esta pesquisa analisa o espaço cultural e ativista Al Janhia (localizado na região do Bixiga/São Paulo) durante a pandemia, buscando compreender os seus múltiplos territórios (físico e online). Nos valemos da perspectiva teórica acerca da comunicação urbana que compreende esse espaço cultural como um nó que conecta e articula muitas redes de pessoas, ideias, sentidos de ativismo, imaginários, práticas de consumo, nos fluxos da cidade. Além da perspectiva da comunicação urbana, articulamos como eixos teórico-conceituais a noção de cultura enquanto epicentro da abordagem social e comunicacional; a noção de cultura enquanto recurso; a noção de identidades diaspóricas; a noção de territórios e multiterritórios; e as noções sobre consumo cultural e alternativo. O objetivo central foi compreender os territórios físico e online durante a pandemia em suas práticas de consumo cultural ativista dialogando com as formas de comunicação e culturas urbanas na cidade de São Paulo e no bairro do Bixiga. A metodologia adotada foi a pesquisa de inspiração etnográfica com base em situações de campo que envolveram dados produzidos na investigação página do Facebook e no site oficial do Al Janhia (conteúdos postados, a articulação dos frequentadores/usuários, os discursos, além dos vídeos de relatos biográficos dos funcionários), como também nos eventos presenciais ocorridos entre outubro de 2020 e dezembro de 2021. Assim, procuramos trazer uma compreensão acerca do consumo ativista presente nos diferentes territórios do Al Janhia durante a pandemia, observando as re-existências presente no espaço físico, nos discursos e nas trajetórias de vida dos funcionários, articuladas as questões ativistas locais e translocais, dialogando com os grupos minoritários a partir de muitas redes e fluxos entre coletivos, movimentos sociais, partidos, mundo acadêmico.

Palavras-chave: Al Janhia; comunicação urbana; multiterritórios; ativismo; consumo cultural.

ABSTRACT

This research analyzes the cultural and activist space Al Janhia (located in the Bixiga region - São Paulo) during the COVID-19 pandemic, seeking to understand its multiple (physical and online) territories. We draw on the theoretical perspective of urban communication, which understands this cultural space as a node that connects many networks of people, ideas, activisms, imaginaries, and consumption practices. Besides the perspective of urban communication, we articulated as theoretical-conceptual axes the notion of culture as the center of the social and communicational approach; the notion of culture as a resource; the notion of diasporic identities; the notion of territories and multi-territories; and notions about cultural and alternative consumption. The main objective was to understand the physical and online territories during the pandemic and the activist cultural consumption practices, which is linked to forms of communication and urban cultures in the city of São Paulo and the Bixiga neighborhood. The methodology adopted was ethnographic research. The field research gathered data from Al Janhia's website and its official Facebook page (posted content, interaction with frequenters, speeches, and videos with biographical accounts of employees), and from in-person events (which took place between October 2020 and December 2021). Thus, we seek to understand the activist consumption in the different territories of Al Janhia during the pandemic, observing the (re)existences present in the physical space, in the discourses and in the life trajectories of the employees. These forms of (re)existences are articulated to local and translocal activist issues, relating to minority groups from many networks between collectives, social movements, political parties, and the academy.

Keywords: Al Janhia; urban communication; multiterritories; activism; cultural consumption.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – Porta de entrada do Al Janiah.....	39
Imagem 2 – Quintal superior.....	39
Imagem 3 - Hasan Zarif, dono do Al Janiah (espaço externo, parte superior).....	40
Imagens 4 e 5 – Al Janiah, folders no caixa, espaço interno.....	40
Imagem 6 – Al Janiah, porta do banheiro feminino	42
Imagens 7 e 8 – Al Janiah (espaço externo, térreo).....	42
Imagem 9 – Al Janiah (espaço interno, térreo).....	43
Imagem 10 – Al Janiah (espaço interno, paredes da escada)	43
Imagem 11 – Mays Abu Ghosh.....	141
Imagem 12 – Ataque ao Porta dos Fundos.....	142
Imagem 13 – Foto de Magó	143
Imagem 14 – Tributo a Secos e Molhados.....	147
Imagem 15 – Acadêmicos da Ursal.....	148
Imagem 16 – Tributo à Mercedes Sosa.....	149
Imagem 17 – Palestinos	152
Imagem 18 – Live com Toninho Vespoli e Rogério Silva.....	153
Imagem 19 – Eleições presidenciais na Bolívia	154
Imagem 20 – Samba da Treze	162
Imagem 21 – Samba da Treze	163
Imagem 22 – Evento da UP.....	166
Imagem 23 – Evento da UP (palco do Al Janiah)	166
Imagem 24 – Evento da UP.....	167
Imagem 25 – Evento da UP (quintal do Al Janiah)	167
Imagem 26 – Show do Bnegão (no palco Dj Di Função)	170
Imagem 27 – Show do Bnegão (no palco Bnegão)	170

Imagem 28 – Show do Bnegão (no palco Bnegão)	171
Imagem 29 – Lula livre (muro externo do Al Jariah)	202
Imagem 30 – Palestina Livre (muro externo do Al Jariah)	202
Imagem 31 – Resistência feminina (parede interna do Al Jariah)	202
Imagem 32 – Marielle Franco (muro do quintal do Al Jariah)	203
Imagem 33 – Bandeira Palestina (quintal do Al Jariah)	203
Imagem 34 – Comandas do Al Jariah	203
Imagem 35 – Carta de bebidas do Al Jariah	204
Imagem 36 – Carta de bebidas do Al Jariah	204

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Postagens políticas (janeiro de 2020).....	139
Tabela 2 – Postagens culturais (janeiro de 2020)	145
Tabela 3 – Postagens políticas (maio de 2020)	150
Tabela 4 – Postagens culturais (maio de 2020)	151
Tabela 5 – Postagens políticas (outubro de 2020).....	153

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
2 AL JANIAH, TERRITORIALIDADES, RESISTÊNCIAS E VIVÊNCIAS NA CIDADE DE SÃO PAULO.....	27
2.1 Bar/restaurante/espço cultural Al Janhia: multiterritorialidades das resistências locais e diaspóricas	28
2.1.1 Palestina: uma história a ser contada	28
2.1.2 Al Janhia: território usado, criativo e multiterritorial	32
2.1.3 O espaço Al Janhia.....	37
2.2 Bixiga: territórios étnicos que se cruzam.....	45
2.3 Al Janhia e o Bixiga na história da cidade de São Paulo.....	58
2.3.1 Centro expandido	61
3 AL JANIAH: COMUNICAÇÃO, CONSUMO E CULTURA À LUZ DOS ESTUDOS CULTURAIS INGLESES E LATINO-AMERICANOS.....	68
3.1 A metrópole comunicacional: comunicação, cultura, consumo e ativismo.....	69
3.2 A centralidade da cultura	80
3.3 Cultura como consumo: cidadania, identidades, distinções e hibridizações	90
3.4 Cultura enquanto recurso e economia criativa	99
3.5 Consumo como experiência	107
4 EXPERIÊNCIAS DE CAMPO SOB INSPIRAÇÃO ETNOGRÁFICA.....	114
4.1 Etnografia: conhecimento situado e subjetividades	117
4.2 Etnografia: algumas considerações teórico-conceituais	122
4.3 Etnografia de situações	133
4.3.1 Situação 1 - Multiterritórios no Al Janhia: redes que se encontram, entre o on-line e o presencial durante a pandemia.....	134
4.3.2 Situação 2 - Reabertura do Al Janhia.....	157
4.3.3 Situação 3. Identidades diaspóricas: funcionários do Al Janhia.....	171

4.3.4 Situação 4 – Identidades e lógicas de consumo: frequentadores do Al Janiah.....	193
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	208
REFERÊNCIAS.....	214

1 INTRODUÇÃO

1.1 Al Jannah em tempos de pandemia: comunicação urbana, consumo cultural e ativismos em multiterritórios

Abordamos nesta pesquisa o espaço coletivo, centro cultural, político e ativista Al Jannah, localizado no Bixiga (São Paulo - SP). O espaço não é apenas um bar, restaurante ou local de shows e festas que oferece bebida, comida árabe e música, mas também um interlocutor ou mediador político, social e cultural, permeado por muitas culturas, identidades diaspóricas, movimentos sociais, coletivos e sentidos de ativismo. Mais de um terço dos seus funcionários é composto por refugiados sírios ou palestinos e imigrantes cubanos e venezuelanos. Além disso, o espaço se solidariza, se preocupa e visibiliza diversas questões acerca das urbanidades, como as questões de moradia na cidade de São Paulo. Também realiza eventos, faz arrecadação de mantimentos, ajuda algumas ocupações (como é o caso da ocupação Leila Kalled¹) e promove pautas de grupos minoritários. O Al Jannah se mostra como um espaço formador de vínculos e de redes de solidariedade. Incentiva o debate político e cultural, oferecendo cursos, palestras, mesa de debates, lançamentos de livros de professores, shows de artistas, debates políticos, além de oficinas de dança, teatro e projetos sociais realizados por psicólogos a crianças em situação de vulnerabilidade.

Ademais, o espaço também oferece festivais de música ao vivo com bandas de gêneros variados, como as apresentações de músicos refugiados do Congo, que denunciam em suas letras e performatividades questões políticas de seu país; apresentações do funk da periferia, do rock nacional, do samba de raiz, MPB, jazz, entre outros, contemplando a diversidade na música. Logo, se torna um espaço que promove o protagonismo e a possibilidade da fala através da arte de músicos diaspóricos, como também de brasileiros. Mais do que um bar, o Al Jannah se configura como um grande aglutinador de redes, entre músicos, produtores, palestrantes, acadêmicos, políticos e demais frequentadores, construindo laços, socialidades, redes de amizades, de luta e de solidariedade.

O território inicial do Al Jannah era na região do Vale do Anhangabaú; porém, no começo do ano de 2017, foi transferido para outra localidade, no Bixiga, devido ao aumento e

¹ A ocupação Leila Kalled faz parte do Movimento Terra Livre e está localizada no bairro da Liberdade. Lá, vivem brasileiros e refugiados sírios e palestinos.

amplificação dos seus eventos, como também do público frequentador. O Al Janhia se mudou para o bairro do Bixiga, na Rua Rui Barbosa, número 269, ocupando um espaço maior (que é formado por dois andares, com um quintal, duas cozinhas, dois espaços com palco, sacada e dois banheiros). A ligação do Al Janhia com o bairro e com a cidade de São Paulo se realiza nas questões do passado histórico como também nas questões atuais. Vemos o quanto a cidade de São Paulo e o bairro do Bixiga pulsaram e ainda pulsam o hibridismo cultural (CANCLINI, 1998), sendo territórios que existem a partir da convivência, negociação e resistência de diferentes grupos étnico-raciais e culturais, que englobam o quilombo formado no bairro do Bixiga por negros no século XIX, os imigrantes italianos chegados na virada do século XIX para o XX e os migrantes nordestinos que ali vivem desde a década de 1950. E mais recentemente, na virada do século XXI, chegaram os imigrantes e refugiados de diferentes partes do mundo.

Nesse território intercultural, se situa o Al Janhia, como um espaço que surgiu dentro dessa atmosfera de diferentes etnias que formaram e formam a cidade, o bairro e o próprio espaço. É um lugar que dialoga com o passado histórico das suas localidades (cidade de São Paulo e o bairro do Bixiga) e com a pautas atuais dessas localidades, questionando o fazer urbano, atuando em formas de “fazer-cidade” (AGIER, 2015), aglutinando a luta de indivíduos e grupos (brasileiros e estrangeiros) para terem o direito à moradia, indo contra a precarização dos trabalhadores de aplicativos, questionando o feminicídio, promovendo ações sociais no Bixiga, ajudando pessoas em situação de vulnerabilidade, promovendo atos políticos, passeatas e eventos culturais, ocupando as ruas da cidade de São Paulo e sendo um lugar de encontros, socialidades e pertencimentos para outros grupos da cidade. Assim, a vinculação do Al Janhia com o bairro do Bixiga e com a cidade de São Paulo se faz para além do seu território físico, tornando-se um aglutinador dessas ações de cunho progressista.

Além das ações promovidas pelo espaço, não podemos deixar de enfatizar que, durante o período de pandemia de Covid-19 (de março de 2020 até o presente momento – abril de 2022), o Al Janhia também foi ajudado por vários coletivos, entidades, frequentadores, associação do bairro do Bixiga e demais pessoas, que se solidarizaram e ajudaram o Al Janhia (seja consumindo a sua gastronomia a partir dos pedidos de delivery ou a partir das transferências bancárias em forma de doações)².

² Por exemplo, o Bloco do Fuá, bloco carnavalesco do bairro do Bixiga, realizou várias rifas a fim de arrecadar recursos para ajudar o Al Janhia durante a pandemia.

O título desta dissertação já indica algumas questões centrais que atravessam esta pesquisa: as relações entre cidade, comunicação e consumo. A noção que nos guia nessa abordagem é a de comunicação urbana, sendo que nos baseamos em Caiafa (2017), Pereira, Rett e Bezerra (2021), Pereira et al. (2021) e Canevacci (1997).

Observamos a cidade a partir da sua horizontalidade (CAIAFA, 2005), capaz de dar voz aos diferentes grupos de pessoas, em uma polifonia de vozes (CANEVACCI, 2021), através dos espaços privados ou públicos, que se fazem enquanto espaço coletivo. O Al Jannah, enquanto espaço coletivo, dialoga com essas questões acerca dos usos do espaço urbano, do diálogo intercultural e do consumo ativista, que gera uma experiência de consumo nas identidades múltiplas, fragmentadas e diaspóricas dos funcionários, dos frequentadores/usuários, dos músicos, artistas, produtores, palestrantes etc.

Assim, verificamos no Al Jannah a presença de multiterritórios, que permeiam e envolvem consumo ativista e solidário e identidades diaspóricas. Além de observarmos os frequentadores do Al Jannah e seus usos e apropriações a partir do consumo cultural (enquanto indivíduos e partícipes de grupos), também observamos o ativismo presente em diferentes formas no espaço, como na história do dono do bar (Hasan Zarif, filho de pais palestinos refugiados no Brasil), nas histórias dos funcionários refugiados ou brasileiros (muitos dos quais migrantes) e nos frequentadores (clientes, palestrantes, músicos, acadêmicos, convidados, figuras políticas etc.) (CANCLINI, 1998; FEATHERSTONE, 1990; MARTIN-BARBERO, 1987; PEREIRA 2015; ROCHA, 2008).

Estudamos o Al Jannah sob a perspectiva da comunicação urbana. Trata-as de um espaço cultural, gastronômico, político e social, criado no ano de 2016 por Hasan Zarif, um dos líderes do Movimento Palestina Livre (MOPAT)³. A criação do espaço ocorreu por vários motivos: a princípio, veio a se articular com a militância de Hasan pela causa palestina, como também em prol dos refugiados e imigrantes na cidade de São Paulo; depois, passa a ser um espaço aglutinador de coletivos, acadêmicos, militantes da esquerda progressista e de partidos políticos. Assim, se vincula a causas dos grupos minorizados, do direito à cidade e das questões de cunho político do país. Em pouco tempo, o Al Jannah se configurou em um espaço de luta e resistência no tocante a várias questões que dialogam com a cultura/urbanidade/ativismo.

Tivemos como objetivo principal construir dados, analisar e compreender o que faz o espaço e centro cultural Al Jannah ser um grande nó na região do bairro do Bixiga, formador de

³ O MOPAT foi criado em 2008, a fim de propagar a causa palestina.

redes que se cruzam com pessoas de diferentes etnias, classes, gêneros, orientações sexuais, religiões e estilos musicais, e como isso ocorre. - Analisamos como essas redes se cruzam, se desdobram, se conectam constituindo experiências (PEREIRA, 2015) em torno do Al Jannah, construindo saberes culturais e políticos (ROCHA, 2008), intervindo com os seus corpos na luta diária pela cidade, a cidade de pertencimento, a cidade vivida (AGIER, 2015), lutando por espaços ainda a serem criados ou reconstruídos, lutando pelo poder da voz em um cenário político cultural nacional tão imerso em repressão, autoritarismo, neofascismo e lógicas do patriarcado.

Assim, um dos objetivos secundários desta pesquisa foi observar e analisar os sentidos e os usos do espaço coletivo Al Jannah, seja de forma digital ou presencial. Isso se relaciona à capacidade de trazer múltiplas vozes presentes na polifonia da metrópole comunicacional de São Paulo (CANEVACCI, 2021), compreendendo as re-existências, analisando as pautas locais e translocais, observando o diálogo com muitos coletivos, movimentos sociais, acadêmicos, palestrantes, partidos políticos da esquerda progressista. Traz à pauta questões globais internacionalmente conhecidas, como a causa palestina, e pautas locais, sendo um espaço de acolhida aos brasileiros e estrangeiros (imigrantes ou refugiados). Torna-se um espaço a favor dos grupos minorizados, contra qualquer tipo de discriminação, assédio e perseguição política.

Outro objetivo secundário foi a observação e compreensão de formas de re-existência, os usos através de formas de consumo cultural/material, analisando os diferentes cenários de luta em meio a situações conjunturais e históricas desfavoráveis, percebendo as re-existências tanto em contexto presencial como online (mesmo durante a pandemia e com a conjuntura política brasileira atual, do governo neofascista de Jair Messias Bolsonaro). Buscou-se compreender como esse consumo cultural ativista, de caráter político progressista e solidário, ajuda no processo de construção de subjetividades individuais e coletivas para que se ressignifiquem e lutem por novos espaços, indo contra aquilo que está posto e configurado como normal, hegemônico e legitimado.

Neste sentido, lembramos que território não é o mesmo que espaço. Enquanto este último é algo dado, o território é fruto das apropriações, disputas de sentido e pertencimento, sendo o espaço vivido e praticado. A noção de território aqui utilizada enfatiza seu viés político de disputa, partilha, pertencimento e criação de formas de viver os espaços e dar-lhes sentidos (SANTOS, 2006). *Território* é usado como noção que diz respeito aos lugares em sua dimensão política, afetiva e nos usos que adquirem, construídos pelos sujeitos. Assim, o Al Jannah se faz como um território com as suas múltiplas territorialidades ou, nas palavras de Haesbaert (2004),

é uma multiterritorialidade⁴. Isso porque é formado por várias redes (físicas ou virtuais) de outros territórios (do passado ao presente). Essas redes entrecruzam diferentes experiências, vivências, histórias, identidades étnicas e relação escala-tempo. Portanto, o Al Janhia é um espaço formador de redes através de seus coletivos, ativistas, músicos independentes, acadêmicos, políticos etc., tornando-se um território móvel no Bixiga e na cidade de São Paulo.

A partir dessa multiterritorialidade (HAESBAERT, 2004), conseguimos analisar e observar o consumo cultural de cunho ativista proposto e promovido pelo Al Janhia. Esse consumo este permeado por diferentes gêneros, linguagens, modos de performatividades de identidades (YUDICE, 2004) e pautas em torno de causas vinculadas aos direitos humanos e questões acerca das urbanidades, que coadunam em identidades múltiplas e fragmentadas na vida cotidiana (HALL, 2011). Perceber esse consumo cultural proposto pelo espaço significa analisar o hibridismo cultural (CANCLINI, 1998), seus conteúdos de cunho cultural, social e político, os usos e sentidos atribuídos pelos seus receptores (MARTIN-BARBERO, 1987) e a visão da mídia (alternativa e oficial). Isso contribui para refletir sobre as lógicas do consumo e seu papel nas formas do viver urbano e da constituição de formas de comunicação urbana.

É necessário perceber o consumo cultural para além das questões materiais, econômicas e de produção, pois também se faz através dos usos atribuídos pelos sujeitos em suas subjetividades e pertencimentos identitários. São formadores de múltiplas territorialidades e identidades fragmentadas (HAESBAERT, 2004; HALL, 2011), gerando um consumo de experiência que implica a imersão da subjetividade como um todo, ou uma experiência de consumo (parcelada, momentânea), dialogando com os grupos identitários (PEREIRA et al., 2015). Assim, falar de consumo cultural no Al Janhia é perceber um consumo que se articula a questões ativistas, solidárias, transformadoras e mediadoras de pautas e ações em torno das questões progressistas; é pensar como, a partir da música cantada por um refugiado, por exemplo, pode-se dialogar com questões diaspóricas e com questões locais. Ou seja, compreender que, a partir da palavra falada, do corpo em movimento, do debate e da ação, identidades são formadas e repensadas em um processo dialógico entre recepção-mediação (MARTIN-BARBERO, 1987).

Trata-se de um consumo cultural que traz à tona pautas relacionadas aos grupos minorizados, a questões internas do nosso país, a questões diaspóricas pelo mundo, que são

⁴ Segundo Haesbaert (2004), sempre vivemos na multiterritorialidade de modo individual ou em pequenos grupos. Toda relação social implica uma interação territorial, um entrecruzamento de diferentes territórios, pensando território como espaço físico e o ciberespaço.

mediadas pelo Al Jannah. Essas pautas são protagonizadas por brasileiros, estrangeiros e refugiados, sendo percebidas por todos aqueles que querem mudanças estruturais em nossa sociedade. São lógicas de consumo cultural e material que também se vinculam com as questões diaspóricas, com uso da cultura como recurso e construção de identidades (YUDICE, 2004), com a causa palestina defendida desde a fundação do espaço e com os atos de solidariedade para ajudar imigrantes e refugiados a reconstruírem as suas vidas.

Podemos perceber essas identidades diaspóricas como um movimento de re-existência (ALBAN ACHINTE, 2012), porque elas re-existem e reconstróem um novo território. Sendo assim, enfrentam as mazelas materiais, compondo outros e diferentes modos de existir culturalmente, e a falta de apoio das políticas públicas, contando apenas com a ajuda de algumas entidades, igrejas, ONGs, coletivos ou pessoas. Essas identidades se reconstróem em movimento, no qual já não são mais o que eram antes, mas também não deixaram a sua cultura para trás no país em que estão. Ao contrário, se refazem em um movimento diaspórico (HALL, 1997).

Essa re-existência é vinculada e mediada através do espaço Al Jannah, seja contratando refugiados/imigrantes ou promovendo e apoiando músicos, artistas, palestrantes etc. É atravessada pelo consumo cultural de cunho político ou social, capaz de modificar existências, vivências, territórios, identidades, realidades materiais e sociais. Como bem pontua Yudice (2004), devemos perceber a cultura como algo necessário não só para valorizar uma região ou lugar, impulsionando a economia, mas principalmente para amplificar vozes e edificar sentidos de cidadania cultural/comunicacional para as pessoas que durante muito tempo na história não tiveram sua voz ouvida.

A cultura é, pois, a perspectiva principal para abordarmos os fenômenos. A partir dela, entendemos questões estruturantes, sejam econômicas, políticas, sociais ou religiosas, bem como os seus desdobramentos, as lutas, negociações, assimilações e resistências. Mas nem sempre a cultura foi vista como epicentro dessas questões. Com os Estudos Culturais ingleses durante a década de 1960, uma abordagem sobre a cultura popular e do homem comum foi ressaltada. A partir disso, as Ciências Humanas se debruçaram para tais questões, passando a fugir das narrativas determinantes do marxismo ortodoxo – que enfatizavam polos contrários das lutas de classes, da estrutura determinando a superestrutura. Com esta “virada cultural” proporcionada pelos Estudos Culturais, buscou-se investigar como tais questões ocorrem pela cultura e na cultura como articuladora de conflitos e luta pela hegemonia entre os grupos,

classes, etnias etc. – sendo que esses conflitos e lutas se processam através das negociações, assimilações, resistências e re-existências desses diferentes grupos (ESCOSTEGUY, 2001).

Assim, percebemos o Al Janhia, como um múltiplo território capaz de aglutinar uma rede de fluxos e nós dentro do bairro do Bixiga, da cidade de São Paulo e pelo mundo afora, a partir do seu consumo cultural e ativista. Esta pesquisa se faz importante porque procura compreender e analisar como, a partir de um bar/restaurante/centro cultural, se constroem essas redes (HAESBAERT, 2004) entre grupos e pessoas, as quais ressignificam, lutam e resistem pelo viver na cidade e pelo “fazer-cidade” (AGIER, 2015). Formulam mais do que experiências de consumo, o que Pereira et al. (2015) chamam de “consumo da experiência”, a partir dos conteúdos e experiências políticas, culturais, gastronômicas, musicais etc. vivenciadas através do espaço (físico e online). Ademais, são construídos coletivos, criando redes entre eles, formando vínculos entre músicos, acadêmicos, políticos, funcionários e frequentadores do local.

Para essa análise nos apropriamos das noções de multiterritórios de Haesbaert (2004), das culturas híbridas (CANCLINI, 0000), da polifonia de vozes de Canevacci (1997), da experiência de consumo de Pereira et al. (2015) e das identidades múltiplas, fragmentadas e diaspóricas de Hall (1997, 2011). A partir dessa perspectiva teórica e conceitual, somada à metodologia de inspiração etnográfica, podemos observar as polifonias de vozes presentes no espaço coletivo Al Janhia; o consumo cultural alternativo, ativista e híbrido presente nos diferentes espaços digitais (página no Facebook, site oficial etc.) e no espaço físico, analisando conteúdos, eventos, palestras, festas etc. O intuito é compreender os usos e sentidos atribuídos pelos frequentadores, produtores, músicos, palestrantes etc., observando as re-existência, os vínculos afetivos, as negociações, as lutas e a resiliência durante o período pandêmico (2020-2022).

Sobre o nosso referencial teórico, asseveramos que ele está pautado fundamentalmente nos autores dos Estudos Culturais ingleses e latino-americanos, da comunicação urbana e nos autores do campo da Antropologia e Etnografia Digital. Assim, para discutir o conceito de cultura, cultura como recurso e a cultura enquanto cidadania, utilizamos os autores Raymond Williams (2011), observando a importância da cultura a partir do homem comum e como modo inteiro de vida; Michel de Certeau (1990), analisando as questões de tática e estratégia; Stuart Hall (1997), analisando a abordagem da cultura enquanto epicentro das questões estruturantes da sociedade; George Yudice (2004), observando a cultura enquanto recurso e propulsora das mudanças econômicas e sociais para os sujeitos; e García Canclini (1999) e Rose de Melo

Rocha (2008), analisando a cultura e o consumo como questão política, vinculada à cidadania e a formas de ativismo.

Nas análises acerca das identidades, do consumo cultural e do consumo enquanto experiência, discutimos os autores Stuart Hall (1997; 2011), analisando as identidades múltiplas e fragmentadas na contemporaneidade, bem como as identidades diaspóricas; os autores João Freire Filho (2003) e Mike Featherstone (1995) nos foram úteis na medida em que observam a relação da cultura do consumo criando estilos de vida, identidades coletivas, subjetivas, e o consumo enquanto signo nos seus usos. No que diz respeito às formas e aos sentidos do consumo presente em circuitos de festas pela cidade, dialogamos com Simone Luci Pereira (2017, 2018), que traz uma abordagem a respeito do consumo cultural correlacionado a modos alternativos e urbanos de ser, capaz de formar e construir redes de apoio pela cidade. Já nas questões acerca do consumo enquanto experiência, discutirei as autoras Cláudia Pereira et al. (2015) e Rose de Melo Rocha (2008), que afirmam a possibilidade de um consumo pela experiência dos indivíduos e grupos, estando vinculado aos afetos, ao estético e ao simbólico, capaz de construir metanarrativas, formando e compondo as suas identidades.

No que se refere às discussões sobre cidade e comunicação urbana, utilizamos Rogério Haesbaert (2000) com a sua análise acerca dos territórios e multiterritorialidades formadores de redes e fluxos que se movimentam e ganham sentidos dados pelos sujeitos. Os autores Aroldo de Azevedo (1958); Janice Caiafa (2005); Maria Izilda Santos de Matos (2000); Raquel Rolnik (2011); Pereira, Rett e Bezerra (2021); e Pereira (2017, 2018) discutem acerca da formação histórica da cidade de São Paulo, além de pontuarem algumas discussões a respeito da urbanização.

Nas questões acerca das migrações, movimentos diaspóricos e a história da Palestina, utilizamos Stuart Hall (1997) para analisar as identidades diaspóricas, a formação transcultural, transnacional de identidades em uma relação de hibridismos entre o local e o global. Quanto às discussões acerca dos movimentos disjuntivos da cultura na era global, trago a abordagem de Arjun Appadurai (2004), que analisa as translocalidades impressas nos campos de refugiados, bairros de imigrantes e albergues. Além disso, trago a abordagem das autoras Aryane Cararo e Duda Porto de Souza (2020), que realizam um estudo biográfico com inúmeras histórias de vida de refugiados no Brasil. Já a respeito da história da Palestina, nos valem de Edward Said (1992) e Reginaldo Nasser (2014), traçando uma abordagem histórica crítica sobre a história da Palestina, bem como sobre a luta em prol da causa palestina contra o Estado de Israel.

Para nos aprofundarmos na metodologia baseada na etnografia e na Antropologia Digital, realizamos uma análise em que estão presentes autores como Janice Caiafa (2002, 2017), Eduardo Restrepo (2016) e José Guilherme Cantor Magnani (2002), que pontuam a necessidade da etnografia como uma representação e o encontro das subjetividades, em um processo de imersão do antropólogo na ida ao campo. Também nos valem da abordagem da Antropologia digital, com os autores Daniel Miller (2015), Cristine Hine (2020) e Beatriz Polivanov (2013), que pontuam sobre os modos e usos diferenciados da internet pelos indivíduos, destacando as conexões possíveis entre o presencial e o virtual cada vez mais associadas (além de abordarem as inúmeras metodologias de pesquisa que se utilizam desses campos).

A metodologia adotada foi a pesquisa de campo (presencial e digital) de inspiração etnográfica (CAIAFA, 2002, 2019; PEIRANO 1995; PEREIRA et al., 2022; RESTREPO, 2016; ROCHA, 2006). Procuramos entrar em contato com o objeto de estudo de forma presencial e online. No presencial, frequentamos os seus espaços e eventos, como shows, mesas redondas, palestras e cursos, além de realizarmos conversas informais com o dono do espaço, com os funcionários e frequentadores. No ambiente online, analisamos a página do Facebook e o site oficial do Al Jannah, observando os conteúdos veiculados e a relação com o público. Pretendemos com esta metodologia analisar e compreender as experiências de consumo nos eventos culturais do espaço (PEREIRA et al., 2015), os multiterritórios (sejam digitais ou presenciais) e as identidades múltiplas, fragmentadas e diaspóricas dos frequentadores, observando como ocorre o ativismo, os sentidos e os usos dos frequentadores e funcionários nos diferentes espaços.

Usamos a concepção de “trabalho de campo de inspiração etnográfica” porque assumimos a impossibilidade de realizar uma pesquisa etnográfica na densidade e completude que ela deve conter. Nos valem de ferramentas como a observação participante e participativa, o uso das anotações/cadernos de campo, os registros audiovisuais e as conversas informais. Também temos presente a todo momento a noção de uma produção de um conhecimento situado (RESTREPO, 2016), da interação entre pesquisador e grupos pesquisados e da presença da subjetividade do pesquisador nessa abordagem. Entretanto, no que tange à permanência em campo por longos períodos e à elaboração de um relato de campo nos moldes estritamente antropológicos – o que configuraria, de fato, uma etnografia –, optamos por não realizar, por questões que envolvem tempo e disponibilidade da pesquisa, bem como pela possibilidade de abertura para outras abordagens e escritas.

Feito este esclarecimento, o trabalho de campo de inspiração etnográfica no espaço Al Janhia começou efetivamente em janeiro de 2020, a partir do âmbito digital, observando a página do Al Janhia no Facebook. Já no campo presencial, iniciamos em setembro de 2020, mês em que o local reabriu as suas portas para o público frequentador, após seis meses fechado devido à pandemia e às regras de isolamento social impostas na cidade. Depois disso, houve o seu fechamento, e assim, a pesquisa continuou sendo feita de forma digital, acompanhando e analisando as suas redes digitais e site oficial. No mês de julho de 2021, o espaço voltou a abrir as suas portas para o público frequentador, propiciando o retorno da pesquisa etnográfica presencial, que durou até dezembro de 2021.

No que tange à antropologia digital, observamos e analisamos os rastros (BRUNO, 2012) deixados pelos usuários na página do Facebook do Al Janhia, observando comentários, curtidas e emojis, além de observamos e analisamos os conteúdos veiculados pela página. Graças a essa pesquisa digital, pudemos reconhecer e dialogar com vários frequentadores, funcionários e inclusive o dono do espaço (Hasan Zarif).

No que diz respeito aos procedimentos de pesquisa, após cada visita etnográfica, realizamos o processo de descrição no caderno de campo, relatando as minhas observações com base em minhas pesquisas bibliográficas e subjetividades. Já na etnografia digital, periodicamente analisamos a página do Al Janhia no Facebook, a fim de averiguar o seu cotidiano durante a pandemia. Na experiência digital, também fizemos o uso do caderno de campo, a fim de coletar e analisar esses dados produzidos. Assim, a partir dessa metodologia, entre o presencial e o online, conseguimos analisar as redes e os fluxos que se encontram nos diferentes espaços do Al Janhia, observando conteúdos, imagens, comentários e a sua interlocução com o presencial. Em alguns momentos, o espaço presencial e suas formas culturais ativistas e festivas se entrecruzam. Além disso, buscamos estudar e analisar as narrativas sobre os funcionários e frequentadores, que, através do espaço coletivo Al Janhia, constroem redes que se cruzam no fazer urbano local e translocal.

A dissertação está dividida em três capítulos. No primeiro, intitulado *Al Janhia, territorialidades, resistências e vivências na cidade de São Paulo*, analisamos como o espaço Al Janhia surgiu e como está permeado por questões diaspóricas e locais na cidade de São Paulo e no bairro do Bixiga. Nos valem das noções de territórios impressos (HAESBAERT, 2003; 2004), territórios usados (SANTOS, 2006) e espaços coletivos (CAIAFA, 2005; PEREIRA; RETT; BEZERRA, 2021) para pensar como as pessoas e os grupos caracterizam e fazem desse local o seu espaço de construção de redes, laços de socialidades, de cultura, de vínculos afetivos,

de diversão e de ativismo. Também analisamos a formação de redes construídas ao longo dos cinco anos de história do Al Janhia no bairro do Bixiga (a partir de projetos sociais com coletivos e associação de bairro) e com a cidade de São Paulo (através de movimentos ativistas em prol do direito à cidade).

Ainda no primeiro capítulo, procuramos observar a trajetória histórica e urbanística da cidade de São Paulo e do bairro do Bixiga, analisando o viés verticalizado e eurocentrado. Mas, a partir de espaços intersticiais e horizontais como o Al Janhia, podemos ver outras narrativas que fogem a essa regra. Ali, podemos perceber sentidos e lógicas de uso que não dialogam apenas com a lógica mercantil e estrutural da cidade, mas igualmente com a lógica dos sujeitos que utilizam e fazem deste espaço um local cultural, social, formador, de diversão, de ativismo, com suas próprias pautas. Trata-se de um espaço onde se articulam sentidos e fluxos locais e globais, capazes de interligar uma rede que entrecruza e atravessa o bairro do Bixiga, a cidade de São Paulo, o país e o mundo.

No segundo capítulo, *Al Janhia: comunicação, consumo e cultura à luz dos Estudos Culturais ingleses e latino-americanos*, pretendeu-se traçar uma análise teórica conceitual acerca dos Estudos Culturais ingleses e latino-americanos no que diz respeito aos temas da cultura, da cultura do consumo, das comunicações urbanas e da cultura enquanto recurso, desdobrando-se, ainda, em aspectos como economia criativa e experiência do consumo. O capítulo teve o objetivo de explanar sobre a comunicação urbana e os modos intersticiais e horizontais de observação e análise das metrópoles comunicacionais, vinculando essa percepção com as questões acerca da cultura e do consumo. Enfatizamos o quanto o espaço cultural e político Al Janhia se encaixa no conceito de espaço coletivo, capaz de trazer à tona a polifonia de vozes, bem como os modos horizontais do fazer urbano. Destacamos a cultura enquanto centralidade, discussão trazida por Stuart Hall (1997); a cultura enquanto recurso, a partir dos escritos de George Yudice (2004); o consumo como experiência, proposto por Claudia Pereira et al. (2015); a noção de economia criativa, analisado por vários autores, como Michel Herschmann (2016) e Cintia Sanmartin (2016); a questão do consumo enquanto cidadania e política, bem observada por Canclini (1999) e Rocha (2008). A partir dessas análises conceituais acerca da comunicação urbana, da cultura enquanto epicentro e recurso, das economias criativas e as experiências do consumo, pudemos compreender a tríade comunicação/consumo/cultura vinculada ao espaço cultural Al Janhia.

No terceiro capítulo, *Experiências de campo sob inspiração etnográfica*, trazemos as vivências e experiências do trabalho de campo de inspiração etnográfica (PEREIRA et al.,

2022) que realizamos no Al Janhia, tanto presencialmente quanto virtualmente, no período de janeiro de 2020 a dezembro de 2021. Abordamos os seus múltiplos territórios, observando como eles se encontram (entre o online e o presencial), buscando compreender as identidades múltiplas fragmentadas e diaspóricas, bem como algumas lógicas de consumo cultural ativista e midiático ali presentes.

As experiências vividas e observadas no Al Janhia foram percebidas em seus territórios virtuais, como a página do Facebook, e no seu território físico, situado na rua Rui Barbosa, 269, no Bixiga. Experiências de campo online e presenciais dialogam; em outros, momentos aparecem separadas. Assim, buscamos compreender os atravessamentos, conexões e fluxos entre esses espaços que se fazem coletivos (como já discutido), entrelaçados com as questões urbanas, ativistas, culturais e de consumo alternativo. Na pesquisa nos meios digitais e de forma virtual, analisamos a página oficial do Al Janhia no Facebook, procuramos observar a fanpage do Facebook como um todo, analisando postagens, conteúdos, comentários, compartilhamentos e vídeos postados, podendo, assim, observar o diálogo da página com os usuários/frequentadores do Al Janhia, a troca entre eles (produtores de conteúdo e frequentadores), a análise do conteúdo das postagens e o diálogo entre o online e o presencial.

Na abordagem do campo presencial, realizada a partir de setembro de 2020 até dezembro de 2021 (com algumas pausas no caminho), procuramos observar, a partir das conversas informais e participações nos eventos culturais, ativistas e políticos, as horizontalidades presentes no urbano, os hibridismos culturais, o público frequentador (palestrantes, produtores, músicos e funcionários do Al Janhia) e a polifonia das vozes – que, a partir dos hibridismos culturais e das pautas locais e translocais, utilizam o espaço como meio para se articularem. Além disso, observamos a cultura enquanto recurso, capaz de promover mudanças conjunturais. Assim, procuramos observar os sentidos do fazer urbano vinculado a questões da cultura, do ativismo e do consumo no fazer urbano, mediado pelos frequentadores, músicos, produtores, palestrantes e funcionários do espaço Al Janhia.

Essa metodologia híbrida não foi programada ou pensada no início da pesquisa. Isso ocorreu devido à pandemia de Covid-19, deflagrada em março de 2020 no Brasil, que impôs um distanciamento social a todos na cidade de São Paulo e pelo país afora. Estávamos no início da pesquisa de mestrado e ficamos impedidos de ir a campo presencialmente, pois o Al Janhia, em respeito aos protocolos sanitários durante a pandemia, manteve as portas fechadas ao público, atendendo apenas pelo delivery. Assim, seguimos a pesquisa em seu formato digital.

Quando ocorreu a possibilidade de irmos à campo, voltamos e seguimos o curso entre essas duas metodologias, digital e presencial.

Para essa análise de inspiração etnográfica entre o campo digital e presencial, fizemos o uso do conceito de situação etnográfica (MIGLIANO, 2020; MITCHELL, 2010). Assim, estabelecemos quatro situações como pontos de partida para a compreensão e análise do Al Jannah: 1. Multiterritórios no Al Jannah: a página do Facebook em tempos de pandemia; 2. Reabertura do Al Jannah em julho de 2021; 3. Identidades diaspóricas: trajetórias dos funcionários do Al Jannah; 4. Identidades e lógicas de consumo: frequentadores do Al Jannah.

Preocupamo-nos em observar e analisar no campo digital a página do Facebook, analisando os conteúdos veiculados (pautas locais e translocais), os diálogos realizados pelos seus frequentadores, observando os sentidos ativistas, culturais e políticos. Além disso, observamos os vídeos veiculados pelo site oficial do Al Jannah e pela página oficial do Facebook. Esses vídeos trazem narrativas biográficas dos funcionários do espaço (brasileiros ou estrangeiros), ressoando as suas identidades diaspóricas. Vinculam noções e sentidos construídos no e pelo Al Jannah, sendo reconhecido por eles como um lugar de acolhimento, que remete às noções de família e de re-existências. É um local que reconstrói vidas em situações de vulnerabilidade, para brasileiros e estrangeiros refugiados.

No campo presencial, procuramos participar, observar e analisar, os eventos culturais políticos e ativistas, o espaço, as sonoridades, os diálogos, o corpo em movimento, analisando o quanto as questões ativistas não se diferem da diversão e do entretenimento. Observamos também as identidades múltiplas e fragmentadas dos frequentadores e funcionários, que ressoam questões de classe, gênero, orientação sexual, religião, ideologias políticas etc. Analisamos o quanto essas identidades usufruem do espaço, a partir da aceitação, da negociação, da luta e dos embates entre os frequentadores de diferentes classes sociais, etnias, religião etc. Portanto, compreender o Al Jannah, também se faz a partir de seus funcionários, produtores, palestrantes e frequentadores, que ressoam os fluxos de suas identidades, os embates e as lutas internas entre eles, como também as questões acerca do fazer urbano de pautas locais e translocais.

2 AL JANIAH, TERRITORIALIDADES, RESISTÊNCIAS E VIVÊNCIAS NA CIDADE DE SÃO PAULO

Neste primeiro capítulo, vamos apresentar e analisar o espaço Al Janiah, como ele surgiu e como este local está permeado pela identidade diaspórica. Além disso, nos valem das noções de territórios impressos (HAESBAERT, 2004), territórios usados (SANTOS, 2006) e espaços coletivos (CAIAFA, 2005; PEREIRA; RETT; BEZERRA, 2021) para pensar como as pessoas e os grupos caracterizam e fazem desse local o seu espaço de construção de redes, laços de socialidades, de cultura, de vínculos afetivos, de diversão, de ativismo. Também analisamos a formação de redes construídas ao longo dos cinco anos de história do Al Janiah no bairro do Bixiga (a partir de projetos sociais com coletivos e associação de bairro) e com a cidade de São Paulo (através de movimentos ativistas em prol do direito à cidade).

O capítulo está dividido em três seções. Na primeira seção, tratamos sobre a história do Al Janiah, a sua vinculação com a história da Palestina e a sua construção enquanto múltiplo território. Na segunda seção, procuramos contar um pouco da história do Bixiga, enquanto bairro/região também de resistências diaspóricas dos negros quilombolas, que, a partir de suas origens negras, se formou como um espaço intercultural, pela confluência de matrizes negra, italiana, nordestina e mais recentemente de variadas culturas do mundo, transformando-se em um espaço diaspórico para muitos e sendo visto como uma oportunidade de recomeço. Na terceira e última seção, procuramos articular a história da cidade de São Paulo também tendo em vista um território intercultural, formado tanto pelos nativos como pelos colonizadores e africanos aqui trazidos e escravizados. Além disso, procuramos observar a trajetória histórica e urbanística da cidade, analisando o viés verticalizado e eurocentrado, mas que, a partir de espaços intersticiais e horizontais como o Al Janiah, podemos ver outras narrativas que fogem a essa regra. Ali podemos perceber sentidos e lógicas de uso que não dialogam apenas com a lógica mercantil e estrutural da cidade, mas igualmente com a lógica dos sujeitos que utilizam e fazem deste espaço um local cultural, social, formador, de diversão, de ativismo, com suas próprias pautas. Dentre estas, a pauta primária é a causa palestina, que se vincula a outras, como a luta pelo direito à cidade e a visibilização e expressão de minorias. Trata-se de um espaço onde se articulam sentidos e fluxos locais e globais, capazes de interligar uma rede que entrecruza e atravessa o bairro do Bixiga, a cidade de São Paulo, o país e o mundo.

2.1 Bar/restaurante/espço cultural Al Jannah: multiterritorialidades das resistências locais e diaspóricas

Espaço cultural, ativista, em prol da causa palestina, que coaduna grupos minorizados, coletivos, acadêmicos e políticos: este é o espaço Al Jannah. Além de empregar imigrantes, refugiados e brasileiros em situação de vulnerabilidade, também propaga e realiza lutas diárias pelo direito à cidade, pela causa da Palestina, além da luta pelos grupos minorizados (PEREIRA et al., 2021). O Al Jannah apresenta-se como um espaço formado a partir da diáspora palestina, onde redes são reconstruídas de modo cultural, ativista, comercial e do uso da cultura enquanto recurso (YUDICE, 2004) – tema ao qual retornaremos no Capítulo 2. Nas palavras de Simone Luci Pereira (2017, p. 8):

Nesse sentido, vemos o quanto o recurso da cultura e sua performatividade (YUDICE, 2004), mostra-se presente em espaços diaspóricos globais, em que identidades são construídas, reconstruídas, encenadas, performatizadas de acordo com sentidos que articulam o comercial, o econômico, o cultural e o político, perfazendo cidadanias culturais e comunicacionais.

Enquanto território diaspórico, o Al Jannah se configura como um espaço de resistência, desde o início da sua história. Nesta seção, evidencia-se a trajetória do Al Jannah, bem como sua vinculação com as questões acerca da causa Palestina e das biografias de seus trabalhadores refugiados, imigrantes e brasileiros, além de destacar como o espaço é um lugar de resistência em prol de pautas progressistas.

2.1.1 Palestina: uma história a ser contada

Al Jannah é reconhecido por seus frequentadores, pela mídia, por seus funcionários e pelo dono do bar, Hasan, como um local de resistência, porque defende primeiramente a luta em prol da Palestina. Assim, o espaço tem como mote de sua existência esta causa. Para entendermos um pouco melhor essa questão, teremos que resgatar aspectos da história da Palestina, a criação do Estado de Israel e a luta pela causa Palestina iniciada em 1948 – ano de criação do Estado de Israel.

Neste momento, traçaremos uma breve história da Palestina e sua vinculação trágica com o Estado de Israel. Verifica-se que, mais do que uma história a ser contada, ela é uma história necessária, pois sua memória é esquecida, apagada, silenciada. Muitas das vezes, torna-se uma história contada por outros, pelos que estão no poder, sem fazer jus aos fatos e às questões econômicas e sociais imbricadas. A história da Palestina sempre foi contada como sombra da história do Estado de Israel, omitindo várias situações pelas quais passaram e ainda passam homens, mulheres, crianças, famílias inteiras que foram obrigadas a deixar suas moradias, seu lugar de identidade, sua comunidade. São pessoas expulsas das suas origens e que se veem obrigadas a seguir muitas vezes sem qualquer condição material e existencial.

Antes de mais nada, é importante analisar como essa história foi sendo construída com o passar do tempo, sobretudo como uma história de omissão. A autora Juliana de Carvalho (2021) pontua as diferentes narrativas criadas acerca dessas duas histórias – Israel e Palestina: a primeira, vitimizada após o holocausto, sempre se coloca na ofensiva, contra-atacando os palestinos, sendo que esses ataques desiguais são considerados “justificáveis” nessa narrativa; já os palestinos são vistos na historiografia ou nas mídias a partir de uma memória subterrânea, que não tem o seu lugar, seu espaço, seu reconhecimento, ou seja, é uma história que sabemos apenas superficialmente, não abrangendo as histórias de vida, os locais de pertencimento, as culturas e a religiosidade. Trata-se de uma história apagada por outras histórias, as quais obtiveram mais reconhecimento, como a do Holocausto.

Para além dessa omissão dos fatos, construções de narrativas e apagamentos da memória coletiva, o que se pretende nesta subseção é falar um pouco sobre a história Palestina, sobre a criação do Estado de Israel e, a partir disso, abordar a luta dos palestinos para reaver as suas comunidades, aldeias, as suas vidas, suas memórias e narrativas.

A Palestina era um território pertencente ao Império Turco Otomano. Após a Primeira Guerra Mundial, esse império ruiu, fazendo com que seus territórios fossem subdivididos entre os vencedores. Ainda no ano de 1917, o Ministro de Relações Exteriores da Inglaterra Arthur James Balfour, prometeu aos judeus e árabes que novos países seriam formados assim que o Império Turco fosse derrotado. Porém, no decorrer do período entre guerras (1918-1939), isso não aconteceu. Por outro lado, houve um longo processo de imigração de judeus da Europa até a região do Oriente Médio, algo que desagradou os árabes, devido à perda de territórios (GOMES, 2001).

Após a Segunda Guerra Mundial, a Inglaterra, incapaz de regulamentar e apaziguar os ânimos dos árabes e judeus, transferiu a tutela da região para a ONU (Organização das Nações

Unidas). Assim, a criação do Estado de Israel foi realizada no ano de 1948, ocorrendo uma divisão desigual das terras entre palestinos e judeus: 54% do território ficou nas mãos de 600 mil judeus e 46% do território ficou nas mãos de 1,4 milhão de palestinos, que já estavam lá há muitas gerações (JARDIM, 2003, p. 18). De acordo com o Instituto do Mundo Árabe (Paris), estima-se que 680 mil palestinos tenham deixado a Palestina no momento da criação do Estado de Israel (JARDIM et al., 2003, p. 18).

Desde o começo, houve uma árdua rejeição dos árabes no tocante à criação do Estado de Israel, ocorrendo, assim, os primeiros movimentos de resistência (já no ano de 1948), como a luta armada em prol da causa Palestina. Nas décadas seguintes, surgiram o Fatah e a Organização de Libertação da Palestina (OLP), grupos de luta armada cujo objetivo é reaver os territórios palestinos perdidos e frear o avanço do Estado de Israel em novos territórios. Nos anos subsequentes, ocorreram vários confrontos entre judeus e árabes, como a Guerra dos 7 dias, em 1967, que acarretou na anexação da faixa de Gaza e da Cisjordânia à Israel. Territórios palestinos ficaram cada vez mais nas mãos dos israelenses, seja através de anexações pós-guerra ou da fundação de colônias israelenses em território palestino.

No ano de 1987, explode a Primeira Intifada, uma revolta popular palestina, de forma espontânea, contra o avanço do Estado de Israel em novos vilarejos. Segundo Denise Fagundes Jardim (2003), a Intifada, também conhecida como “a revolta das pedras” ou “sobressalto”, durou até 1992. Nesse período, morreram aproximadamente 2 mil palestinos. Devido à sua repercussão mundial, esse episódio ocasionou a proclamação do Estado Palestino, em 1988, sendo reconhecido pela ONU em maio de 1989 (JARDIM, 2003, p. 16). Surge da Primeira Intifada o Hamas, grupo de cunho religioso islâmico e em prol da luta armada para recuperar a Palestina. O Hamas, desde a sua fundação até hoje, é visto pela mídia e entidades internacionais como um grupo terrorista.

No decorrer da década de 1990, ocorreram alguns avanços diplomáticos. Foram selados vários acordos entre o Fatah (liderança da Palestina na época) com o Estado de Israel, a fim de frear os avanços nos territórios palestinos. Assim, ocorreu o acordo de Oslo, que definiu quais seriam os territórios palestinos e israelenses. Esse acordo foi feito pelo líder do Fatah, Yasser Arafat, e pelo primeiro-ministro de Israel, Yitzhak Rabin. Na década de 1990, também houve o surgimento da Autoridade Nacional Palestina (ANP), o embrião do futuro governo palestino na Cisjordânia e em alguns outros territórios palestinos.

Nos anos 2000, todo esse acordo entra em colapso, pois ocorre uma retomada de territórios palestinos por parte de Israel. Além disso, o líder do Fatah, Yasser Arafat, morre com

suspeita de envenenamento. Assim, vemos o retorno da crise entre as duas regiões. A luta em prol da Palestina continua ocorrendo e, como consequência, há a Segunda Intifada. Devido às diversas resistências do Hamas e das Intifadas, no ano de 2005, Israel abandona a faixa de Gaza. No entanto, Israel manteve e reforçou a sua presença na Cisjordânia. Desde 2006, o Hamas está presente na faixa de Gaza, sendo que Israel e autoridades internacionais não reconhecem essa vitória. Além disso, existem divergências entre os grupos de resistência palestinos, como é o caso do Hamas e do Fatah, os quais não conseguem manter um diálogo e um consenso. O Fatah é a favor de novos acordos com o Estado de Israel, enquanto o Hamas é contra qualquer tipo de negociação.

Apesar dessa divisão interna dos grupos de resistência, conseguimos perceber o quanto a história da Palestina, desde o fim da Primeira Guerra Mundial até hoje, é uma história de luta, é uma história de resistência, resistindo primeiramente ao imperialismo inglês e, depois, ao imperialismo norte-americano, que ofereceu total apoio logístico, financeiro e bélico à fundação do Estado de Israel, bem como para a manutenção e ampliação de seu território ao longo dos anos, nas diversas guerras e conflitos (ora com a comunidade árabe ora com os palestinos). Segundo Edson Sá Reis (2020, p. 17):

No caso da Palestina, também os Estados Unidos reforçam a todo tempo Israel como aliado no Oriente Médio e o põem como salvadores do mundo árabe. Said ressalta que os E.U.A exercem papel importante na negação da comunidade palestina enquanto povo organizado, segundo ele, a causa de Israel e do sionismo é assistida e observada nos Estados Unidos como algo sacrossanto; grande parte da comunidade intelectual e da própria indústria de comunicação da América acompanha os ritos e tudo que diz respeito a Israel em um nível que em que nenhuma outra causa se compara (SAID, 2012, p. 48). Em contraste, o pensador lamenta o fato de que não há muitos a falarem da causa Palestina nos E.U.A e, principalmente, para relatar e falar acerca dos males que o Estado de Israel causa à população palestina.

Em entrevista dada a Aline Soares, nas palavras de Hasan Zarif (dono do Al Janiah), essa luta está em curso (SOARES, 2019). A Palestina se configura muito a partir das pautas acerca da resistência, pois, ao longo desses anos, ela sempre resistiu, “não baixando a guarda para nenhum país imperialista.” (SOARES, 2019, p. 20). A Palestina resistiu muitas vezes sem apoio de seus vizinhos árabes e sem apoio internacional; resistiu com a sua população, que só queria continuar nas suas aldeias em paz, que só queria ter um futuro para si e para os seus filhos, sem medo do amanhã. Infelizmente, isso não é possível ainda hoje. Para Hasan Zarif, a

luta ainda não acabou e o projeto imperialista norte americano de implantação do Estado de Israel não venceu completamente, pois, seja na luta armada do Fatah e do Hamas ou nas Intifadas, essas pessoas lutam e irão continuar lutando até reaverem as suas aldeias, até conseguirem o título de cidadão palestino para todos aqueles(as) nascidos ou não na Palestina, até construírem um estado que seja seu por direito.

Ao analisar a história da Palestina, percebemos o quanto essa resistência possui interseccionalidades, pois vai além da questão territorial. Trata-se de uma luta contra o projeto imperialista norte-americano. É uma luta a favor das classes subalternas, é uma luta de classes, de etnia, religiosa. Luta esta que se estende para além do território Palestino. Uma luta que, através de suas redes diaspóricas, está presente nas diferentes regiões do globo, está presente no nosso país, no estado de São Paulo, na cidade de São Paulo, em um cantinho especial chamado Al Janiah, o qual respira e inspira essa resistência em prol da causa palestina e das minorias.

É dessa maneira que a história da Palestina se encontra com a história do bar/restaurante/espço cultural Al Janiah e de Hasan Zarif, fundador do local e membro e cofundador do Movimento Palestina Livre (MOPAT). Ele afirma em entrevista que sempre quis ter um espaço em prol da causa palestina e que antes ele ficava em suas andanças militando pela causa (SOARES, 2019). Com a fundação do bar, ocorreu o inverso: as pessoas passaram a ir até lá para escutar, discutir e aprender sobre a questão palestina e demais questões acerca das minorias.

Para pensar o Al Janiah, não basta apenas discutir as suas origens. É preciso também identificar este lugar em seu território – ou múltiplos territórios. Na seção a seguir, daremos ênfase ao Al Janiah enquanto um espaço coletivo, criado por seus funcionários, frequentadores, musicistas, artistas, DJs. Um espaço criado pelo seu cotidiano e pelas imbricações com questões locais e globais.

2.1.2 Al Janiah: território usado, criativo e multiterritorial

O Al Janiah está situado na rua Rui Barbosa, n. 269, esquina com a Rua Conselheiro Carrão, na região do Bixiga. Faz conexões com as principais ruas e avenidas do bairro da Bela Vista, como a Av. Brigadeiro Luís Antônio, a João Passalacqua, a Manuel Dutra e a Praça Dom Orione. Localizado em uma das ruas mais agitadas, segundo o Portal do Bixiga, a rua Rui

Barbosa possui casas e prédios de diferentes estilos e tempos arquitetônicos, dos mais modernos aos mais antigos. Traz um retrato dos diferentes tempos históricos presentes no bairro do Bixiga, com comércios, empórios, agências bancárias, padarias, cantinas, bares, teatros etc. A esse respeito, podemos perceber a cultura e sua centralidade, como sugere Hall (1997), pois temos nesse lugar questões culturais como o epicentro para outras questões que envolvem o econômico e o urbano. As atividades culturais são destacadas na própria constituição da região do Bixiga.

Assim, deve-se pensar o Al Janhia como um espaço que funciona em sua formação na horizontalidade (CAIAFA, 2005). Como pensa Milton Santos (2000), geógrafo humanista, o espaço deve ser analisado a partir de três escalas: o mundo, a formação socioespacial e o cotidiano, em um processo codependente e dialético entre a materialidade e a imaterialidade. Constituem o “[...] conceito de lugar, enquanto espaço vivido, espaço simbólico, espaço cotidiano.” (QUEIROZ, 2014, p. 2). Assim, para Milton Santos (2000), o espaço geográfico é a junção do espaço material com o espaço social.

Milton Santos (2000) sinaliza que o território não pode ser visto apenas pela lógica do poder, mas também pelos agentes do cotidiano (as pessoas). Ou seja, por mais que estejamos limitados por algumas condições decorrentes do próprio neoliberalismo (seja o poder do Estado verticalizado ou da mercantilização, são nas vivências cotidianas que podemos observar a criação dos territórios, feita por pessoas fora do Estado ou do mercado econômico, capazes de desenvolver outras vivências possíveis e de promover outras globalizações.

Em sua teoria, Milton Santos (2000) desenvolve conceitos para que possamos entender essa relação dos espaços com as questões locais, globais, históricas, sociais e econômicas. Para o autor, a história do espaço geográfico pode ser dividida em quatro períodos: Natural, Técnico, Técnico Científico e o período atual em que vivemos, o Técnico-científico-informacional (após a Segunda Guerra Mundial e a Guerra Fria, marcado pelo avanço da tecnologia). Este último período está vinculado ao neoliberalismo e à globalização econômica. Apesar de esta lógica homogeneizar as estruturas culturais, sociais e de mercado, existem espaços locais que realizam o diálogo, a negociação, a negação e a resistência dessas estruturas, gerando no cotidiano outras possíveis formas de globalizações. Nas palavras de Thiago Queiroz (2014, p. 5): “[...] o lugar é a força dos agentes não hegemônicos, das pessoas em seus cotidianos, para criar uma outra globalização – a globalização como possibilidade, a globalização vista do lado de cá.”.

Assim, o Al Janhia pode ser visto na contemporaneidade enquanto um espaço Técnico-Científico-Informacional, codependente das estruturas de mercado ou informacional, da

política e das questões urbanas da cidade de São Paulo. Mas não está condicionado a elas, fazendo com que em seu espaço possam existir outros modos de ser, outras formas horizontais nas relações de trabalho e convivialidade ou na utilização do espaço por artistas, políticos, acadêmicos, coletivos e demais frequentadores. Isso vai ao encontro do que é explicado por Caiafa (2015) a respeito das cidades que convivem com as verticalidades (estruturas de poder) e com as horizontalidades (os agentes transformadores). Thiago Queiroz (2014) dialoga com este ponto de vista afirmando que:

As verticalidades produzem os espaços de racionalidade que são espaços de fluxos, de alguns, luminosos, fluídos, velozes, densos, que mandam, e contraditoriamente atendem as necessidades dos agentes da globalização e do neoliberalismo. As horizontalidades são criadoras dos espaços de racionalidade paralela e de contra racionalidade, que são os espaços de todos, opacos, viscosos, lentos, rarefeitos, que obedecem e contraditoriamente tornam-se contrários às vertentes da globalização e do neoliberalismo. (QUEIROZ, 2014, p. 5).

Podemos compreender o Al Janhia como um “território usado”, conceito criado por Milton Santos (2000) para explicar as relações históricas, sociais, políticas e econômicas do espaço geográfico em relação às pessoas e aos grupos identitários, os quais realizam em suas vivências cotidianas práticas de pertencimento a esses lugares. O Al Janhia também se faz enquanto “território criativo”, termo cunhado igualmente por Milton Santos (2000). Segundo os autores Closs e Oliveira (2017, p. 12):

Propõe-se o entendimento de territórios criativos como territórios usados. Assim, concebe-se território criativo como o espaço ocupado por manifestações criativas materiais e simbólicas, que integra pessoas: residentes, comerciantes, produtores, consumidores ou frequentadores que se ligam ao lugar pelas relações sociais e afetivas estabelecidas no decorrer de suas trajetórias de vida.

Como veremos ao longo deste capítulo, o espaço cultural, bar e restaurante Al Janhia pode ser entendido como espaço coletivo (CAIAFA, 2005), multiterritório (HAESBAERT, 2004), território usado (SANTOS, 2000) e território criativo (CLOSS; OLIVEIRA, 2017). Por estas características, o Al Janhia aglutina a possibilidade de criar vínculos de afetividades, sentimento de pertença cultural, ativismo local e global e hibridismo cultural. Cria elos e forma

redes entre os mais variados grupos, seja a partir da arte, da política, da gastronomia, da dança ou da batida da música.

Território com as suas múltiplas territorialidades, utilizando os conceitos de Rogério Haesbaert (2004), o Al Jannah se trata de um espaço de multiterritorialidade⁵, que se constitui por várias redes (físicas ou virtuais) que ali se cruzam. Essas redes são feitas tanto por pessoas que carregam em sua subjetividade e em suas experiências de vidas diferentes territórios quanto pela experiência das redes digitais – que também fazem essas vivências simultâneas existirem. Logo, diferentes espaços, experiências e identidades étnicas se entrecruzam (CRUCES, 2016).

Nas palavras de Haesbaert (2004, p. 2), o que temos hoje é um novo tipo de apropriação dos espaços através dos territórios redes, “[...] onde podemos ter acesso a uma multiplicidade de territórios, configurando outros.”. Assim, o Al Jannah se configura como um espaço multiterritorial, capaz de aglutinar e convergir várias redes de coletivos, desde movimentos de ocupação (como a ocupação Leila Kalled), vinculados a coletivos da periferia, até partidos políticos de esquerda, questões ativistas em torno da cidade de São Paulo e questões árabe no Oriente Médio. É um espaço coletivo, diaspórico, multicultural, local e global.

Pensar o Al Jannah como um território, de acordo com Haesbaert (2004), é pensar um território que aglutina três vertentes básicas: as questões jurídicas, culturais e econômicas. Para o autor, “[...] o território é um valor que vai além do simples valor de uso ou de troca, estendendo-se pela valorização simbólica.” (HAESBAERT, 2004, p. 6). Assim, segundo o autor, devemos pensar o território em dois sentidos: território funcional e simbólico. Funcional, pois é um território como recurso, com valor de troca, produção e lucro; simbólico, a partir das suas vivências construídas quer sejam subjetivas ou coletivas.

Muitas vezes, o Al Jannah transcende o território funcional, atuando mais enquanto território simbólico, capaz de ser um espaço formador e articulador de redes, que vão se entrecruzando, formando outras possíveis, através dos seus coletivos ativistas, músicos independentes, acadêmicos, políticos, pessoas de diferentes lugares. Torna-se um território múltiplo em suas articulações, pois é pelo movimento, pelas identidades e pelas ações simbólicas e culturais que as pessoas atuam nos múltiplos territórios. Nas palavras de Haesbaert (2004, p. 18), “hoje não temos mais espaços fechados e identidades homogêneas e 'autênticas'.

⁵ Segundo Haesbaert (2004), sempre vivemos na multiterritorialidade de modo individual ou em pequenos grupos. Toda relação social implica uma interação territorial, um entrecruzamento de diferentes territórios – pensando o território como um espaço físico e o ciberespaço.

Nossas vidas estão impregnadas com influências provenientes de inúmeros outros espaços e escalas.”.

Dialogando com Canclini (1998, p. 33), esses múltiplos territórios são capazes de formar os hibridismos culturais, pois, nas palavras do autor, “a interculturalidade favorece intercâmbios, misturas maiores e mais diversificadas do que em outros tempos, por exemplo gente que é brasileira por nacionalidade, portuguesa pela língua, russa ou japonesa pela origem, e católica ou afro-americana pela religião.”. Essa interculturalidade ressoa muito no espaço Al Jannah, desde a história diaspórica do fundador do espaço – Hasan Zarif, filho de refugiados palestinos, nascido no Brasil no estado do Rio Grande do Sul, que se mudou para o estado de São Paulo – até o diálogo com os movimentos em prol da causa palestina, das ocupações etc. Além disso, engloba as inúmeras histórias de vida dos funcionários do Al Jannah, refugiados, imigrantes e brasileiros, sem falar dos palestrantes estrangeiros, músicos refugiados e do seu público frequentador (como moradores da ocupação Leila Kalled, universitários, professores acadêmicos, grupos de coletivos, ativistas, estudantes etc.).

Pensar o Al Jannah é pensar a multiterritorialidade, o território sendo construído pelos indivíduos e pelos grupos, formando territórios multifuncionais e multi-identitários. Nas palavras de Haesbaert (2004, p. 11) “toda relação social implica uma interação territorial, um entrecruzamento de diferentes territórios.”. Assim, as nossas relações sociais são construídas a partir de vários outros territórios, que carregamos, que se unem e se cruzam com os demais indivíduos e grupos. O conceito de multiterritorialidade permite compreender que os espaços são feitos e refeitos pelas pessoas e para as pessoas, modificando assim, a tradicional visão de território condicionado às questões políticas, jurídicas, econômica ou de estado-nação. Ao contrário, compreende-se o território a partir dos usos e das construções dos sujeitos e dos grupos, os quais atribuem variados significados a ele.

Ainda com relação a este assunto, é interessante pensar e analisar a questão da contração do espaço e tempo, cada vez mais vinculadas em nosso período Técnico-Científico-Informacional, uma vez que é marcado pela interatividade e conectividade entre as pessoas e lugares (possibilitadas pelas tecnologias digitais). Diminuem-se os sentidos de distâncias e os tempos, modificando os modos de se comunicar, socializar, de fazer política, das operações financeiras e mercantis. Hoje, podemos estar ao mesmo tempo em dois, três, quatro ou até mais territórios (de diferentes modos), construindo variadas relações entre diferentes pessoas e grupos.

O Al Jannah, enquanto espaço coletivo pertencente ao seu tempo, não foge a essa regra: apesar de possuir seu espaço físico (situado na rua Rui Barbosa, 269, Bela Vista, São Paulo - SP), também possui muitos outros espaços digitais, como a página do Facebook, o site oficial, o Instagram e os grupos de WhatsApp. Nas palavras de Haesbaert (2004, p. 12), “essa multi-escalaridade das práticas socioespaciais implica a vivência de múltiplos “papéis” que se reinscrevem cada um em migalhas de espaço, descontínuo, multiescalar.”.

Assim, o Al Jannah é multiterritorialidade ou até transterritorialidade. Configura-se como um território móvel e reticular, com muitos tempos e espaços, que tanto perpassa noções físicas de território como virtuais. Compreende-se este lugar como um grande aglutinador de pessoas, coletivos e movimentos de pautas progressistas, ideais, imaginários e informações, tal como sugere a noção de “comunicação urbana” (CAIAFA, 2017; PEREIRA; RETT; BEZERRA, 2021). É uma multiterritorialidade, formando territórios redes, através de grupos acadêmicos, coletivos, partidos políticos e grupos sociais, conjugados em diferentes escalas de tempo e espaço, presentes tanto no presencial como nas conectividades virtuais. Pensamos este território, espaço coletivo e múltiplo a partir de seu valor simbólico, funcional, indo além dos determinantes da verticalidade do Estado e do sistema neoliberal, mas atrelado aos sentidos de horizontalidade (CAIAFA, 2005), capaz de ser um espaço de construção e reconstrução de redes pensantes, que contrariam e modificam o que está posto como algo dado.

Portanto, compreende-se o Al Jannah como um território rede, formado a partir da descontinuidade, da fragmentação, da simultaneidade de outros territórios; formado no e pelo movimento, os quais “não podemos mais distinguir claramente onde começam e onde terminam ou, ainda, onde irão “eclodir”, pois formações rizomáticas também são possíveis [...]” (HAESBAERT, 2004, p. 14).

2.1.3 O espaço Al Jannah

O Al Jannah foi fundado por Hasan Zarif, um brasileiro filho de palestinos refugiados. Em sua história, já podemos perceber uma teia histórica etnocultural se entrecruzando. Esta perpassa o movimento sionista do século XX (após a Segunda Guerra Mundial) e a criação do estado de Israel, abrangendo os conflitos entre palestinos e israelenses. Esse contexto relaciona com o espaço cultural, bar e restaurante Al Jannah, um local onde pulsa o movimento da diáspora sofrido por milhares de palestinos e árabes; onde pulsa a vida cultural cosmopolita da

cidade de São Paulo; que questiona e coloca em debate pautas atuais a respeito do nosso país e da cidade; que questiona a história da Palestina, o sofrimento da diáspora e a esperança sem fim no retorno à Palestina. Segundo Simone Luci Pereira (2017, p. 11), o Al Jannah:

[...] é um misto de bar, restaurante, espaço político de trocas e encontros [...] emprega migrantes e refugiados recém-chegados no Brasil, se autointitulando um espaço de resiliência e resistência de um pedaço da Palestina Livre aberto a quem quiser chegar. O local tem atraído um público cada vez maior ao centro velho de São Paulo, uma vez que vem se tornando um espaço referencial de lutas pelo direito à migração, contra xenofobia e racismo, promovendo debates, saraus e apresentações musicais de artistas migrantes oriundos da África e também da América Latina.

O espaço cultural Al Jannah começou em janeiro de 2016, na região do Anhangabaú. A princípio, o Al Jannah queria oferecer comida árabe e, em alguns dias da semana, realizar rodas de conversa sobre assuntos atuais. Em 2017, transferiu-se para o bairro do Bixiga, que possui uma trajetória intercultural. Essa mudança de localidade foi devido ao aumento do número de eventos e de público. Isso fez com que Hasan procurasse um espaço que atendesse a tais demandas. Com o tempo, o bar foi ganhando um crescente interesse por parte do público jovem das camadas médias como acadêmicos, coletivos, grupos políticos, entre outros.

As pessoas passaram a frequentar o espaço não só pela boa comida, mas também pela boa música latina, árabe e africana, cursos, oficinas, rodas de conversa, palestras e debates. Assim, o Al Jannah foi deixando as suas características iniciais de um simples bar/restaurante árabe, para ser um espaço que pulsa, vive e se alimenta da cultura paulistana e dos cenários políticos atuais, oferecendo ao seu público frequentador muito mais que comida. Fomenta espaços de troca, afetos, socialidades, potência da voz, do diálogo e do debate, tornando-se um lugar diaspórico onde se entrecruzam diferentes culturas, grupos e subjetividades. A respeito da conscientização política realizada a partir das oficinas, palestras e cursos, Hasan, em entrevista à Aline Gomes (SOARES, 2019, p. 23), afirma que:

Além do uso do espaço pelas organizações e movimentos, muito do público que não está de acordo com o que está acontecendo aí fora nessa conjuntura dessa onda mais conservadora acaba vindo pro Al Jannah em busca de alguma resposta, ou alguma coisa. Isso rola muito principalmente na juventude por ser conhecido como lugar de resistência. Pessoal vem ver o que tem de curso, vem para debates. Isso pra gente é mais importante do que as próprias coisas que

já são feitas de forma que a gente está direcionando fazer atividade, debate, enfim. Mas isso da galera vir buscar é bom. A gente tem em média de 10.000 pessoas que passam aqui por mês, é muita gente.

O Al Jannah, em suas dimensões espaciais, tanto no espaço exterior como nos diferentes espaços internos, possui uma arquitetura simples. O edifício que ele ocupa atualmente é uma antiga casa de dois andares, construída com tijolinhos vermelhos. Do lado de fora, temos um grande muro grafitado – alguns grafites são aleatórios; outros, representam uma causa, como o grafite de uma mulher negra, acompanhado dos dizeres “Nossa voz estilhaça a máscara do silêncio”. Além disso, neste mesmo muro, há duas faixas: a primeira, sobre a Palestina, com os dizeres “Voltaremos, Palestina livre do rio ao mar”; a segunda faixa apresenta uma imagem de Lula quebrando correntes em suas mãos, com os dizeres: “Lula livre”. Boa parte da fachada do bar é pintada da cor vermelha, inclusive os seus dois portões. Além disso, na calçada, estão presentes cinco árvores, sendo que as folhagens e galhos de uma delas chegam a embelezar o espaço interno do Al Jannah, trazendo certo ar bucólico.

Imagem 1 – Porta de entrada do Al Jannah



Fonte: https://avidanocentro.com.br/onde_comer_e_bebere/bares-terrace-centro-de-sp/attachment/al-jannah_02/.

Imagem 2 – Quintal superior



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2020.

Imagem 3 - Hasan Zarif, dono do Al Jannah (espaço externo, parte superior)



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2020.

Imagens 4 e 5 – Al Jannah, folders no caixa, espaço interno



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartioli Rodrigues, 2020.

Na parte interna do espaço, no térreo, logo na entrada do segundo portão, há um quintal arborizado, com seus muros decorados e um jardim verticalizado. Como mencionado, os galhos da árvore da calçada invadem esse espaço interno, fornecendo sombra. Nesse espaço também existe um muro próximo da parte das chapas da cozinha de fora, com um grafite do rosto de Marielle Franco⁶, representando, assim, a luta da mulher negra, homossexual e periférica; ou seja, em prol das minorias.

Nessa parte do quintal, ocorrem alguns eventos culturais. Por ser ao ar livre, também é um espaço propício para os clientes ficarem sentados nas mesinhas, apreciando a atmosfera do bar. Ainda no térreo, na parte interna, temos o bar, o caixa, a cozinha e um espaço com várias mesas para alocar seus frequentadores. Além disso, é onde se localiza o palco, no qual ocorrem eventos musicais, palestras, lançamentos de livros etc. Em uma das paredes desse espaço, há uma sessão de fotos em preto e branco de guerrilheiros e guerrilheiras posando com as suas armas: são guerrilheiros em prol da libertação da Palestina. Indo em direção ao andar superior, temos uma grande escadaria. Em suas paredes, estão colocados quadros de guerrilheiros e combatentes em prol da luta a favor da Palestina. Os quadros são compostos de fotos e descrições com nomes e um pouco de suas trajetórias.

No andar superior, há um espaço fechado, composto por um mezanino onde também ocorriam eventos culturais. Ao lado, há um espaço externo, com uma varanda. Nos muros, há um mapa da Palestina e, do outro lado, uma virgem Maria pintada de verde, com folhas saindo de seu corpo. Além disso, nesse andar estão os banheiros (um para o público feminino e outro

⁶ Vereadora do PSOL pelo Rio de Janeiro, morta em março de 2018, vítima de homicídio. Os culpados e mandantes até hoje não foram punidos.

para o público masculino). Algo interessante de salientar são as portas do banheiro feminino, com placas e imagens com os dizeres como “Mulheres, sem medo, contra o ódio” e “Não mate”. Logo na saída do banheiro feminino, existe uma espécie de hall que liga o espaço interno à varanda. Ali, vemos uma manequim dentro de uma cuba envidraçada, trajada com um vestido palestino pertencente à avó de Hasan Zarif. Para além das questões da história e da luta pela causa palestina presentes na fachada externa do espaço Al Jannah, no mapa da Palestina e nas fotos e histórias de guerrilheiros, também estão presentes outras lutas e pautas, com a representatividade da imagem grafitada de Marielle Franco e cartazes que evocam os indígenas e o movimento neozapatista mexicano. É assim que, nos caminhos e espaços do Al Jannah, se entrecruzam grupos interessados e mobilizados nessas discussões e causas, seja através da música, da arte ou da poesia. Esses caminhos se encontram e reconstróem essas lutas e ativismos políticos.

Imagem 6 – Al Jannah, porta do banheiro feminino



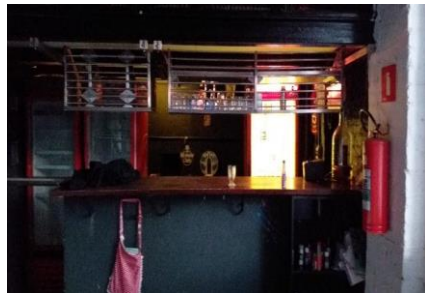
Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2020.

Imagens 7 e 8 – Al Jannah (espaço externo, térreo)



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2020.

Imagem 9 – Al Janiah (espaço interno, térreo)



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2020.

Imagem 10 – Al Janiah (espaço interno, paredes da escada)



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2020.

O espaço/bar/restaurante/centro cultural foi batizado de “Al Janiah” em homenagem ao vilarejo onde os pais de Hasan Zarif moravam. Segundo a autora Maria Beatriz Santos (SANTOS, 2019), “Al Janiah” designa um vilarejo no centro da Jordânia, sendo parte dos territórios palestinos ocupados por Israel. Essas expulsões do povo palestino feitas pelo Estado de Israel já ocorriam muito antes de 1948; porém, após a criação do Estado de Israel, elas se intensificaram. No ano de 1948, estima-se que cerca de 700 mil palestinos saíram de suas casas, deixando todos os seus pertences, indo para os países vizinhos com apenas a roupa do corpo (SAID, 2012). Essa situação continua até os dias atuais. O Al Janiah traz à tona essa história que costuma ser esquecida ou ocultada pela memória oficial dos países do Ocidente e por todos aqueles que contribuíram para o processo de colonização – inclusive alguns países árabes.

De acordo com Maria Beatriz Santos (2019), no Brasil, “Al Janiah” significa a representação da Palestina e toda a sua luta pelo retorno. Segundo a autora, “mesmo tendo na causa Palestina a sua vocação principal, o Al Janiah não se furta a tomar partido das causas identificadas com as lutas de resistências da esquerda brasileira.” (SANTOS, 2019, p. 37). O Al Janiah, assim, é uma casa, bar, restaurante e centro cultural que se preocupa com várias causas das minorias, seja a questão Palestina ou as pautas de diferentes grupos de refugiados, pessoas que vivem em ocupações, brasileiros que vivem em situação de rua, pessoas que procuram um emprego e, talvez pela sua cor, identidade de gênero ou identidade étnica, não conseguem. Assim, quando essas pautas se veem visibilizadas em um espaço de discussão que proporciona a pluralidade de pensamento, as pessoas se sentem acolhidas, aceitas e imbuídas de um lugar de fala.

Falar do Al Janiah é reconhecê-lo como um espaço político e cultural progressista desde sua fundação, articulada à luta em prol da Palestina. Mas não se limita a essa pauta, pois também engloba outras pautas de grupos minoritários. Com o tempo, o Al Janiah se configurou como um lugar para discussões das “esquerdas progressistas”, capaz de assegurar a alteridade, a igualdade no lugar de fala e a ação em conjunto nos seus diversos modos de propagação – seja em um lançamento de livro, lançamento de campanha política, em um show, em oficinas de dança ou em outros eventos culturais.

Nas seções seguintes, buscamos abordar a história do bairro do Bixiga e da cidade de São Paulo – territórios estes que conjugam, formam e fazem parte da história do Al Janiah,

entrecruzando tempos, espaços e múltiplos territórios aglutinadores e formadores de redes de associação ou de negociação e resistência. Assim, contar um pouco dessas histórias e trajetórias, bem como a sua vinculação com o sujeito da pesquisa, é importante, uma vez que percebemos, a partir disso, as conexões históricas espaciais, os hibridismos culturais, as diásporas contínuas e o processo de formação de múltiplas identidades.

2.2 Bixiga: territórios étnicos que se cruzam

O Bixiga se constrói a partir de uma mistura de muitas etnias (negra, cabocla, italiana e nordestina). O bairro surgiu como fruto de um quilombo às margens do riacho da Saracura. Os escravos fugiam das mazelas do açoite, da exploração e da punição nas fazendas; escravos esses que construíram e edificaram as estruturas do que viria a ser o Bixiga. É uma região que não figura como bairro oficial, sem delimitações exatas, mas que existe no mapa mental, simbólico e memorial da cidade, localizando-se no distrito da Bela Vista. Nesta subseção, buscaremos narrar as tramas históricas do Bixiga, que se tornou um reduto de vulneráveis, negros, italianos pauperizados e, posteriormente, nordestinos, refugiados e imigrantes.

A região do Bixiga não é considerada um bairro, mas possui uma dimensão simbólica, como apontam diferentes autores (PEREIRA, 2017; VARGAS, 2019). O Bixiga não existe como bairro nas divisões ou delimitações oficiais da Prefeitura de São Paulo. Trata-se de uma área dentro do bairro Bela Vista. Em 1910, fruto de um abaixo-assinado feito pelos moradores, o bairro muda de nome: de “Campo do Bexiga” passa a se chamar “Campo Bela Vista”. Mesmo assim, os moradores continuam a chamar o bairro pelo seu nome não oficial “Bixiga”. Por que “Bixiga” e não “Bexiga”? Alguns relatos apontam que se deve à pronúncia italiana; outros, dizem que serviu para afastar a assimilação com a doença da varíola (VARGAS, 2019). As delimitações do bairro da Bela Vista vão desde a Av. Paulista até o centro velho da cidade, sendo cortado por vários córregos, os quais, ao longo do tempo, foram canalizados. O Bixiga é entendido pelos próprios moradores como estando delimitado em um certo quadrilátero, que corresponde ao espaço entre a Rua 13 de Maio e suas adjacências, a Avenida Brigadeiro Luís Antônio e a região central.

A origem do Bixiga ocorreu durante o século XIX, a partir de um quilombo chamado de Saracura, por conta de um riacho com o mesmo nome, localizado na região central de São Paulo. Esse era um lugar para onde iam escravos fugidos das fazendas em busca de uma vida

melhor (LIMA, 2020). Mais tarde, o bairro se configurou como reduto de imigrantes italianos – no final do século XIX e início do século XX. Esses imigrantes também estavam em situação de vulnerabilidade nos cafezais. Ambos os grupos, negros e brancos, em tempos diferentes, viram o bairro como um local de estadia e de trabalho para as suas famílias.

A imigração italiana ocorreu dentro de um contexto eugenista. O discurso das elites brasileiras entendia que era necessário embranquecer a raça brasileira e transformar o povo brasileiro de uma raça “degenerada” em um povo próspero, trabalhador. Essa seria a solução para o país que nascia, pois os mulatos e mestiços que aqui estavam, somados aos caboclos, negros e indígenas, eram “raças” “degeneradas”, preguiçosas, não propensas ao trabalho. Assim sendo, nada melhor do que trazer a raça superior, branca, para cá, gerando o progresso da sociedade (SOUSA, 2017)

Durante a década de 1930, o bairro do Bixiga se tornou um dos mais populosos na cidade de São Paulo. Isso ocorreu graças ao seu baixo custo de aluguel e à sua proximidade tanto com o centro da cidade quanto com a Avenida Paulista, duas regiões centrais da cidade construídas até então. Nas décadas seguintes, ocorreu a abertura da Avenida 23 de Maio, do Viaduto Júlio de Mesquita e do Viaduto 13 de maio, tornando o bairro fracionado e ocasionando sua desvalorização imobiliária, quando vários moradores antigos começaram a se mudar e novos moradores mais pobres se instalaram (VARGAS, 2019).

Já na metade do século XX, o bairro começou a receber os migrantes nordestinos, pessoas que saíam de sua terra natal a fim de conquistar oportunidades de trabalho em São Paulo – no contexto das migrações internas em direção ao sudeste, naquele momento (por questões econômicas e de busca de emprego nos lugares entendidos como sendo de “progresso e riqueza”). Podemos perceber que, no Bixiga, predominam três grandes grupos de origens diferentes: os negros, que foram escravizados e ocuparam o quilombo urbano que se formava, edificando ali sua cultura e religiosidade; os imigrantes italianos, que, a partir dos cortiços, conseguiram desenvolver no bairro um reduto de moradia e também da sua cultura; e os nordestinos, que observaram no Bixiga uma oportunidade de moradia na cidade de São Paulo a preços baixos e próximo de seu local de trabalho, garantindo a sobrevivência. Sobre esses três grupos que formaram a história do bairro do Bixiga, existem uma série de questões que serão tratadas ao longo desta subseção.

Como mencionado, a origem do bairro se relaciona com o córrego de Saracura, sendo as suas margens ocupadas por escravos fugidos, fazendo a cultura africana efervescer naquele ambiente, com as primeiras rodas de samba, samba de bumbo e, mais tarde, os cordões

carnavalescos. Ali surgiu a primeira escola de samba de São Paulo, a Vai-Vai, oriunda da torcida do time de futebol Cai Cai da Saracura. As delimitações do bairro nesta época remontam às Ruas Santo Amaro e da Consolação (durante o século XIX) e ao quadrilátero negro do bairro, localizado entre as Ruas Rocha, Almirante Marques Leão e Una (LIMA, 2020).

O motivo pelo qual os escravos fugidos iam até as margens do córrego de Saracura, formando, assim, uma comunidade quilombola, era porque o local era em uma área alagadiça, o que dificultava a entrada de estranhos que não o conheciam. Além disso, o local era abundante em peixes e outras espécies. Assim, tornou-se um lugar adequado para aqueles que buscavam uma vida melhor, fugindo dos castigos do açoite, da fome, além das inúmeras omissões culturais e religiosas da imposição cultural do homem branco ao homem negro.

A respeito do nome do bairro, existem diferentes versões, como afirma a pesquisadora Larissa Ap. Camargo Nascimento (2016). Ela aponta que alguns historiadores afirmam que o nome “Bixiga” é oriundo da doença bexiga. Existia um dono de hospedaria que possuía essa doença, Antônio Bexiga. Seria por isso que o bairro ficou conhecido com esse nome. Uma outra versão seria que o bairro acolhia escravizados acometidos pela doença bexiga. A última versão seria a de que um dono de chácara vendia bexiga de boi. Independentemente de qualquer uma dessas versões estarem certas, mais do que o nome do bairro, o que nos interessa é a sua origem negra, que, ao longo da história, foi usurpada e muitas vezes apagada por outros relatos. Um dos relatos mais predominantes na história do bairro é a sua vinculação com a imigração italiana. A respeito disso, Larissa Camargo Nascimento (2016, p. 6) aponta:

Mesmo após a Abolição da Escravatura, o Bexiga, consolidou-se como um importante território negro da zona central da cidade, tendo em vista o considerável número de afro-brasileiros que se deslocou para o referido bairro. Ou seja, mesmo após a abolição da escravatura os negros ainda fizeram presente no cenário do bairro. Dentre os motivos desse deslocamento da população negra para a região podemos destacar a “limpeza “do Centro Velho e o já existente núcleo negro do Saracura.

Em entrevista concedida à pesquisadora Maria Vicentina de Paula do Amaral Dick, Armandinho Pugliesi⁷ afirma que, já em 1933, a palavra “Bexiga” tinha acabado, pois

⁷ Armandinho Pugliesi nasceu em 1931 no bairro do Bixiga, em São Paulo. Criou o já extinto jornal do Bixiga, fundou o museu da memória do Bixiga, foi diretor e presidente da escola de samba Vai-Vai, criador do bolo gigante de aniversário da cidade de São Paulo (com mais de 300 metros), além de participar de inúmeros eventos e festividades do bairro. Segundo o Portal do Bixiga, ele é considerado um dos principais organizadores da memória da colonização italiana em São Paulo. A matéria realizada pelo jornal folha de São Paulo no dia 18 de dezembro de 1992, “Morre o fundador do Museu do Bixiga”, além de enfatizar sobre a morte de Armandinho (ocorrida no

havia virado “Bela Vista”. Apesar disso, o nome “Bexiga” prevaleceu na memória coletiva dos moradores do bairro: “e a única coisa que a gente guardava era a palavra Bexiga.” (DICK, 1992, p. 3). Assim como dito anteriormente, o Bixiga não existe oficialmente. Segundo Armandinho, o Bixiga é o miolo da Bela Vista: “A grande pergunta que me fazem é: o que é o Bixiga? O Bixiga é um estado de espírito, você sente quando está no Bixiga.” (DICK, p. 4, 1992). A partir disso, percebe-se, para além das questões geográficas, o quanto o bairro está coberto de sentidos, vivências, lutas, histórias e experiências de vidas, o qual passa a ter sentido enquanto lugar vivido, e não posto de forma oficial. Assim é o Bixiga, um estado de espírito que abraça diferentes culturas, em diferentes tempos, convivendo, socializando entre elas, negociando, disputando espaços sociais, culturais e econômicos. Segundo Simone Luci Pereira (2017, p. 4):

A ideia de território (Rolnik, 1992) ou de territorialidade (Haesbaert, 2002) como um local vivenciado, um espaço construído contrapondo-se à noção de espaço dado, supõe um processo de constituição que inclui subjetividades, experiências e disputas reais e simbólicas no qual ruas, bares, galpões abandonados, praças, esquinas, tornam-se marcos e estão carregados de experiências, sentidos e memórias.

Ao se referir à limpeza do centro velho, expulsando as camadas populares para regiões do seu entorno, como a do bairro do Bixiga, a pesquisadora Larissa Camargo aponta o quanto a história do bairro está vinculada com as reapropriações das territorialidades, tanto pelos negros (tendo sido um quilombo) como no período pós-escravatura, sendo um bairro habitado pela população marginalizada – aquela com a qual as elites cafejeiras não queriam ter contato algum (salvo enquanto seus trabalhadores; do contrário, seria melhor manter um distanciamento). Isso também ocorreu na esfera pública, onde determinadas regiões foram mais beneficiadas que outras, (NASCIMENTO, 2016).

Dito isto, percebe-se o quanto o centro velho foi cada vez mais renegado após a década de 1930. Em contrapartida, a Avenida Paulista e sua região ganham centralidade, com seu ar de metrópole, ruas largas, arborizadas, asfaltadas e com os casarões dos barões do café (MATOS, 2007). Isso é visto não só no que diz respeito aos espaços, mas também às suas populações: de um lado, o centro velho, com a sua população pauperizada e subalternizada; de outro, a região

dia 17 de dezembro de 1992, aos 63 anos, vítima de um câncer no pâncreas), conta um pouco da sua história de vida. Enfatiza que, para montar o museu do Bixiga, seu método era obter, através da família de moradores antigos do Bixiga recém-falecidos, todos os objetos que contassem a história da cidade.”. Fonte: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/12/09/cotidiano/28.html>; <http://www.portaldobixiga.com.br/ruas-e-avenidas/viaduto-armando-puglisi/>. Acesso em: 20 de outubro de 2020.

da Avenida Paulista, com a elite econômica e cultural. Essas contradições vão além das dimensões materiais dos espaços públicos, pois estão também em suas utilizações, perdurando até os dias atuais. A esse respeito, Nascimento (2016, p. 7) aponta que:

Concomitante à exclusão geográfica da população negra, houve a exclusão racial do trabalho, restando aos negros os trabalhos mais penosos e mal remunerados. Desse modo, no início do século XX, apesar da abolição da escravidão, a condição dos afro-brasileiros não era muito diferente daquela vivida pelos seus ancestrais africanos escravizados no Brasil.

No ano de 1870, ocorre a chegada das primeiras levas de imigrantes italianos ao Bixiga, motivados pelos baixos preços dos lotes e pela proximidade aos locais de trabalho. A presença do homem branco imigrante é supervalorizada na historiografia oficial e, depois, pelas mídias hegemônicas. Busca-se, assim, apagar a ocupação negra que deu origem ao bairro. Apesar dessas narrativas ideológicas construídas pela história oficial e pelos discursos midiáticos, percebemos que, desde o passado até a atualidade, o Bixiga não se configura apenas como um bairro de italianos, como se quis preservar nos discursos oficiais.

Atualmente, o bairro possui uma população cada vez mais miscigenada, desde negros, mestiços e brancos oriundos de diferentes partes do país (principalmente do Nordeste) até uma população de refugiados da Síria, Palestina, Haiti e Cuba, além de imigrantes de outras nacionalidades. Apesar da história e da memória oficial quererem que o bairro pertença unicamente à identidade e às tradições italianas, desde o passado até hoje, o bairro nunca foi só de italianos. O Bixiga tem suas origens negras, a partir de um reduto quilombola de escravos fugidos, e hoje é um lugar onde pulsam culturas de diferentes lugares, diferentes histórias e modos de ser. Assim como os escravos fugidos, os italianos, nordestinos e demais grupos étnicos muitas vezes foram expulsos ou marginalizados em seu lugar de origem, e é no Bixiga que procuraram (e ainda hoje procuram) por uma vida melhor.

Sobre essa pluralidade étnica presente no Bixiga, Camargo (2016) aponta essa existência em análise feita acerca do documentário *Memória em pedaços: Bexiga* (1997), presentes no cotidiano das cantinas e das padarias do Bixiga. “O segredo da massa é italiano, mas quem a prepara todos os dias são mãos nordestinas, mãos negras. Uma mistura de raças que começou há muito tempo” (CAMARGO, 2016, p. 13). Nas cantinas, bares, padarias e empórios do bairro possuem suas identidades étnicas de diferentes lugares – italiana, palestina, chilena etc. O preparo da comida, o trabalho dos garçons, da moça do caixa, até o pessoal da

limpeza é feito por pessoas de diferentes nacionalidades ou de diferentes regiões do nosso país, formando, assim, em um mesmo lugar, uma pluralidade étnica, de experiência e de consumo. Isso engloba desde as padarias, sebos e mercados até o Al Janhia, configurando-se em múltiplos territórios e vinculações em redes (HAESBAERT, 2004). A esse respeito, as pesquisadoras Simone Luci Pereira e Milena Avelar (2020, p. 6), ao estudarem o bairro do Bixiga, apontam que seus moradores contam que as cozinhas italianas possuem mais influência nordestina do que em outros lugares da cidade, “[...] já que a grande maioria dos cozinheiros dos restaurantes do Bixiga são nordestinos.”.

Apesar dessa multiplicidade de territórios presentes no Bixiga e na cidade de São Paulo, a história e a memória oficial, bem como os discursos midiáticos, querem apagar essa diversidade étnica, evidenciando a identidade italiana como algo autêntico e fixo no bairro do Bixiga. Em entrevista dada a Maria Vicentina de Paula, Armandinho Pugliesi (personagem histórico do bairro) relata a necessidade que viu em fazer um museu sobre o bairro do Bixiga, que retratasse essa vinculação com a cultura italiana. Armandinho aponta que se preocupava muito com a visibilidade do bairro. Antes do museu, na década de 1970, o bairro já possuía uma série de eventos tradicionais, como a Maratona do Bixiga, a festa Nossa Sra. da Achiropita, o bolo de aniversário de São Paulo, o bloco de rua Esfarrapado, a festa junina e festa da primavera, além de eventos fixos, como os ensaios de samba (todos os domingos) na escola de samba Vai-Vai e a feira de antiguidades. Apesar de todos esses eventos, ele via a necessidade de algo maior. Em suas palavras: “Se eu arrumar um lugar e montar um museu, vai ser uma grande divulgação do bairro, porque um bairro que tem um museu é um bairro que tem alguma coisa pra preservar.” (DICK, 1992, p. 2).

Ao que tudo indica, o museu – fruto do desejo e da criação de Armandinho – foi feito com a intenção real de guardar em um espaço as tradições italianas, cristalizando a ideia de que no bairro do Bixiga prevalecia a cultura italiana. Apesar de dados estatísticos e bibliográficos apontarem que o bairro deixou de ser predominante italiano desde o final da década de 1950, a partir das desocupações e da chegada dos migrantes nordestinos (FERNANDES, 2020), Armandinho acreditava, na década de 1990, que a influência italiana no bairro ainda era predominante. Segundo ele, tirando a Saracura, espaço onde moravam negros e portugueses, todo o Bixiga era italiano, com as suas cantinas, o seu comércio ambulante, as suas construções com influência da Calábria (DICK, 1992).

Em duas produções audiovisuais com as quais nos deparamos nesta pesquisa, é possível ver a construção de “lugares de memória” no Bixiga (PEREIRA; AVELAR, 2020). Tanto no

documentário *Bexiga ano zero*⁸ quanto em *São Paulo, memória em pedaço - Bexiga*⁹, verificamos o culto às tradições italianas, além do saudosismo. No documentário *Bexiga Ano Zero*, logo no início, é pontuado que o bairro do Bixiga é um bairro de italianos “simpáticos, gesticulantes e falantes”. Ademais, destaca-se que tudo em São Paulo mudou, se modernizou, menos o Bixiga, conservando “as suas ruas velhas e estreitas, suas ladeiras, seus sobradões, suas casas no estilo compoteira, copiadas da arquitetura romana” (documentário *Bexiga Ano Zero*). Além disso, o documentário quer fazer o espectador voltar ao tempo a partir das imagens e relatos. Revivendo o Bixiga do início do século XX, o narrador enfatiza: “Crianças brincando em roda, senhores jogando baralho, [...] depois do jantar as famílias tomavam as calçadas, com cadeira, namoros, mexericos [...] a gente brincava no meio da rua”. A sensação que se tem é de um Bixiga comunitário, seguro, onde todas as famílias se conheciam, onde os vizinhos se relacionavam pela proximidade das moradias, mas também porque existia um grau de pertencimento entre eles, entre todos aqueles que constituíram e formaram o bairro. É claro que essa visão é romantizada e omite os conflitos (por espaços de moradias, comércio, circulação do comércio ambulante, organizações das festividades ou até mesmo pela disputa de apropriação de memórias legítimas) entre os moradores e grupos que ali conviviam (PEREIRA, 2004). Mais adiante, iremos salientar um pouco desses conflitos.

Ainda falando sobre essa questão harmoniosa ou romantizada entre os vizinhos, no documentário *Memória em pedaços - Bexiga*, são destacadas algumas passagens a partir das quais fica clara essa visão. A primeira passagem relata a relação harmônica entre negros e brancos: “Dois povos, cores e gostos diferentes, eles foram arrancados de suas terras [...] do lado de cá do Atlântico eles começaram a escrever as suas histórias e começaram também a do bairro do Bixiga.”. Omitem os conflitos entre os negros e os brancos, além de ocultar o quanto a história negra foi apagada do bairro. Apesar disso, diferente de outros documentários, este é um dos poucos que fala sobre a história negra no bairro.

Outra passagem – citada anteriormente, mas que merece a sua repetição – é quando ocorre a entrevista com o dono da padaria italiana Basilicata, fundada em 1914. Ele informa à

⁸ O documentário “Bexiga ano zero” é uma produção João Zacchi Jr., dirigido por Regina Jeha, realizado no ano de 1971. Faz parte do primeiro documentário de uma trilogia inspirada na obra de Alcântara Machado, “Brás, Bexiga e Barra Funda”. O vídeo está disponível no Youtube desde o dia 26 de novembro de 2014. Disponível em: <https://www.videocamp.com/pt/movies/bexiga-ano-zero>. Acesso em: 11 nov. 2020.

⁹ O documentário “São Paulo, memória em pedaços, Bexiga”, realizado pela TV Cultura no ano de 1997, faz parte de uma série de quatro documentários que trazem à tona as narrativas dos bairros tradicionais da cidade de São Paulo. A realização é das repórteres Neide Duarte e Maria Cristina Poli, com o apoio financeiro do banco Sudameris. Fonte: Folha de São Paulo: “Documentário resgata memória dos bairros de SP”. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1997/11/07/ilustrada/8.html>. Acesso em: 11 nov. 2020.

entrevistadora que o segredo do pão é italiano: a farinha é de boa qualidade e o fermento é natural. Logo em seguida, vem a narração: “O segredo da massa é italiano, mas quem as prepara todos os dias são mãos nordestinas.”¹⁰. Mãos essas que não possuem a mesma visibilidade na história oficial, apenas servindo como mão-de-obra braçal.

Em outra passagem, que aborda as relações amorosas entre pessoas de diferentes etnias, o documentário enfatiza que no Bixiga não existe preconceito racial. A narração do documentário segue afirmando que: “Negros e italianos se deixam seduzir pelo que o outro tem de melhor.”. Logo em seguida, vem a fala de uma mulher, provavelmente descendente de italianos, que diz: “Foi o caso do meu marido. Ele chegou, eu ofereci pra ele um prato de macarrão, ele nunca mais foi embora. E ele me ofereceu o samba. Eu também nunca mais fui.”. Percebe-se tanto na primeira passagem como nas demais a ausência de conflitos, seja no decorrer da história do bairro (fruto dos intercâmbios entre esses povos), nas relações trabalhistas ou nos relacionamentos amorosos.

Em outra passagem, essa questão também fica clara. Na entrevista feita com Domenico Laurentino, ele e a sua esposa estão sentados nas poltronas, lado a lado. Ele confessa apenas para a repórter um caso extraconjugal, com uma mulher negra. Ele diz: “Fique quieta, [...] eu tive mais de vinte anos uma amante negra.”. É uma fala na qual a mulher negra não tem nome nem identidade; é apenas um caso que durou por mais de 20 anos. Nesta passagem, o documentário dá a entender sobre o mito da democracia racial proposto por Gilberto Freire em seu clássico livro “Casa Grande e Senzala”: os donos das fazendas se relacionavam sexualmente com as suas escravas negras; desses relacionamentos, surgiam as suas proles, os mestiços, os quais poderiam, em certas ocasiões, ser livres e até ter alguma ascensão social, se assim o senhor permitisse (FREIRE, 2006). Toda essa questão reforça a ideia da mulher negra como objeto sexual, algo que foi construído ao longo do período colonial e reafirmado até os dias de hoje nos processos midiáticos. Além disso, vale ressaltar toda essa naturalização de gênero: para o homem, é normal a traição ou promiscuidade; já para a mulher, é algo errôneo, passível de julgamentos sociais ou outras punições.

Obviamente, essa mistura de etnias não é harmoniosa. Sempre existem as disputas hegemônicas, como também as negociações e os embates entre esses grupos, como bem observado por Pereira e Avelar (2020, p. 7):

¹⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ee5xRCsbsSE&t=25s>. Acesso em: 22 abr. 2022.

Em decorrência da interculturalidade (GARCIA CANCLINI, 1998) que compõe o Bixiga, é necessário pensarmos as cidades na conjunção de articulações e disjunções comunicacionais onde as identidades, pertencimentos, afetos, socialidades formas de autorrepresentação se articulam às práticas e aos imaginários nos quais a dimensão urbana e sua cultura são atravessadas por lógicas comunicacionais que se tornam constitutivas da vida nas cidades.

Pensar o Bixiga perpassa essas relações interculturais híbridas, que podem se opor, se sobrepor, estabelecer negociações entre elas, resistir, se reinventar, como também se relacionar, criar laços de socialidades, de experiências, de trocas, de vivências na criação de redes etc. Muito mais do que memórias sobrepostas e oficiais, o Bixiga se faz por essa interculturalidade, tanto presente na cidade de São Paulo como também no espaço cultural Al Jannah. Utilizamos o conceito de interculturalidade de Garcia Canclini (1998), pois, diferente dos conceitos de mestiçagem, sincretismo e criouliização, ele explica (aliado à noção de culturas híbridas) as conexões de diferentes culturas, religiões, nações, juntamente com os processos globalizadores das últimas décadas. Assim, Canclini (1998, p. 29) pontua que:

Esses termos – mestiçagem, sincretismo, criouliização – continuam a ser utilizados em boa parte da bibliografia antropológica e etno-histórica para especificar formas particulares de hibridização mais ou menos clássicas. Mas como designar as fusões entre culturas de bairros e midiáticas, entre estilos de consumo de gerações diferentes, entre músicas locais e transnacionais. [...] A palavra hibridação aparece mais dúctil para nomear não só as combinações de elementos étnicos ou religiosos, mas também a de produtos das tecnologias avançadas e processos sociais modernos ou pós-modernos.

Entendemos que, para falar a respeito da sociedade contemporânea, o conceito mais apropriado é o das culturas híbridas ou da interculturalidade, como adotado por Canclini (1998). Esses conceitos compreendem os modos de viver nos tempos globais, englobando as questões acerca das tecnologias, das tradições, dos locais, das empresas transnacionais, de mercado etc. Assim, para que possamos entender os espaços e as identidades na contemporaneidade, devemos perceber que eles passam por todos esses atravessamentos. E a noção de interculturalidade considera que as culturas e os grupos não são isolados; ao contrário, se encontram exatamente nas suas zonas intersticiais (de encontro e contato), naquilo que é negociado.

Lembrando que essa hibridação também possui os seus conflitos. Segundo Canclini (1998), nos processos de hibridação, não há apenas a fusão, a coesão e a osmose, mas também a confrontação e o diálogo. A respeito dos conflitos étnicos existentes no Bixiga, Anna Paula Fernandes (2020) traça uma análise sobre essas questões, apontando que, apesar de o bairro passar a visão de hospitalidade e de comunidade, ele ainda mantém o preconceito, a xenofobia, as disputas pelos espaços (de moradia, de comércio etc.). Além disso, há a pouca representatividade de um grupo populacional em específico: os nordestinos, que, a partir da década de 1960, migraram para São Paulo. Atraídos por empregos no centro da cidade de São Paulo e pelos baixos aluguéis do Bixiga, eles passaram a morar no bairro, tornando-se, a partir de então, a população majoritária (FERNANDES, 2020).

Fernandes (2020) afirma que o Bixiga tem hoje uma população predominantemente de migrantes nordestinos. Apesar disso, a população nordestina ainda sofre preconceitos. A autora enfatiza que os outros grupos (como os negros e brancos, imigrantes italianos) possuem os seus vários lugares e espaços de representatividade, como a escola de samba Vai-Vai (para os negros) e a Igreja Nossa Sra. da Achiropita, as cantinas italianas e o museu do Bixiga (para os brancos). A proporção dessa representatividade não estaria em pé de igualdade para os lugares, espaços e eventos destinados aos nordestinos, moradores do bairro desde a década de 1950. Além de serem a maior população moradora do bairro, hoje em dia é também a população majoritariamente trabalhadora, que gera renda para essa comunidade. Segundo Fernandes (2020, p. 15):

Os nordestinos são vistos como flagelados, enquanto a influência italiana é exaltada uma vez que a grandeza do bairro foi associada ao trabalho desses imigrantes [...] o mito do Bixiga italiano é mantido e, de maneira velada, os nordestinos são encarados como invasores que ocasionaram a perda da identidade cultural italiana do lugar.

Sobre essa visão xenofóbica e estigmatizante a respeito dos nordestinos, encarados como invasores, flagelados e marginais, podemos perceber nos documentários supracitados que eles não abordam a importância da cultura nordestina e negra, priorizando sempre a presença italiana no bairro do Bixiga. No documentário *Bexiga Ano Zero*, desde as primeiras cenas, o narrador conta sobre os efeitos das desapropriações no Bixiga, ocorridas a partir da década de 1950. Essas desapropriações fizeram com que antigos moradores (italianos e descendentes)

saíssem do bairro e que novos moradores ocupassem as casas ou os cortiços. Esses moradores foram os migrantes nordestinos. No entanto, o narrador não fala dessa forma; ao contrário, trata o migrante sob um viés xenofóbico e preconceituoso. Segue a narração:

As casas desapropriadas começaram a ser ocupadas de novo, sem água, luz ou esgoto, estas casas acomodam por algum tempo famílias inteiras de marginais que não tendo para onde ir vão antecedendo a trilha das demolições.¹¹

Assim, se constroem narrativas acerca das classes subalternas, marginalizando-as e inferiorizando essas pessoas, seja porque não possuem a sua própria moradia, porque moram em cortiços pagando alugueis ou por serem migrantes nordestinos, imigrantes ou refugiados. Criam-se estereótipos e estigmas, muitos dos quais são difíceis de escapar, e que por vezes perseguirão essas pessoas por toda vida. A esse respeito, Goffman (2004) pontua que os estigmas são criados e recriados a fim de marcar grupos e pessoas, com base em suas características físicas, comportamentais, religiosas, étnicas, de classe ou de gênero. Segundo o autor, a partir do estigma, “deixamos de considerá-lo criatura comum e total, reduzindo-o a uma pessoa estragada e diminuída.” (GOFFMAN, 2004, p. 6).

É claro que também não devemos ver essa questão como apenas submissão de um grupo sobre o outro. Para além disso, Canclini (2001) pontua que, nesse processo de hibridação, também existe a reconversão. Trata-se de estratégias dos grupos subjugados ou dos que estão no poder, a fim de utilizar o espaço e a cultura do outro para ocuparem novos espaços – como um capitalista utilizando o artesanato indígena; camponeses que vinculam o seu artesanato aos usos modernos, a fim de interessar os compradores da cidade; ou até mesmo movimentos indígenas que reinserem suas demandas nas políticas transnacionais, aprendendo a comunicá-las pelo rádio ou pela televisão (CANCLINI, 2001). Subalternos e dominantes utilizam das ferramentas, dos espaços e dos instrumentos um do outro, apropriando-os às suas culturas. Assim, se hibridizam, gerando as formas de interculturalidade. Canclini (2001, p. 22) afirma que “a hibridação interessa tanto aos setores hegemônicos como aos populares que querem apropriar-se dos benefícios da modernidade.”

Ainda sobre a predominância da cultura italiana no bairro, existem aspectos culturais – como já salientou o pensador Jessé de Souza (2017) – que fazem parte da nossa “síndrome de vira-lata”, uma herança colonialista que faz com que sempre achemos que o que vem de fora é

¹¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kW97V8naasE1971>. Acesso em: 19 abr. 2022.

Comentado [1]: considerar quem? precisa colocar entre colchetes para que o leitor possa entender [...]

Comentado [JCR2R1]: é uma citação

melhor. Muitas vezes, a mídia hegemônica reforça esses padrões, ao enfatizar o bairro sempre atrelado à cultura italiana, na festa de Nossa Senhora da Achiropita e demais eventos italianos presentes no bairro. Além disso, vemos essa visão reverberar nas falas de alguns moradores antigos do bairro, como o já citado Armandinho Pugliese, fundador do museu do Bixiga e participante das principais festividades do bairro. Segundo ele, o Bixiga é um bairro tipicamente italiano: “Ninguém do Bixiga tinha nada que fazer fora do Bixiga, e ninguém fora tinha que vir aqui no Bixiga.” (DICK, 1992, p. 9).

Não podemos perder de vista que, muito além dessa memória italiana veiculada pela mídia e pela história oficial, o Bixiga também se faz como um bairro plural, capaz de abraçar pessoas de diferentes nacionalidades e regiões do nosso país. O bairro apresenta zonas híbridas, marcadas pela interculturalidade, (CANCLINI, 1998; PEREIRA; AVELAR, 2020), abarcando refugiados, imigrantes (sírios, palestinos, cubanos, venezuelanos etc.) e brasileiros. Essas pessoas se encontram e se cruzam pelos caminhos e espaços do bairro. Algumas estão em situação de vulnerabilidade; outras, necessitam de um trabalho ou um lugar de moradia; outras, tentam realizar a sua arte e poesia. A partir do Bixiga, elas encontram e fazem as suas redes de apoio, bem como os seus lugares de representatividade, como é o caso do espaço cultural Al Jannah, um lugar de representatividade para esses diferentes grupos de brasileiros e estrangeiros, defensores das causas dos grupos minorizados, por uma história mais igual, mais plural, mais justa, em que todos possam ter o direito de sua representatividade (nos espaços físicos, culturais e simbólicos) e o direito ao lugar de fala.

Portanto, devemos pensar em novas formas possíveis de se contar a história do Bixiga, uma história mais plural, intercultural formada por grupos étnicos e culturais, analisando os diferentes momentos de vivências e espaços desses grupos, bem como as suas relações de poder, hibridismo e negociações. A partir dessa trama intercultural, podemos perceber o Bixiga como o berço do samba (com a escola de samba Vai-Vai) e como espaço importante para as artes cênicas em São Paulo, com a criação do Teatro Brasileiro de Comédia (TBC) e do Teatro da Arena (entre mais de cinquenta outros). Além de peças de autores europeus e brasileiros, esses teatros trouxeram inovações, como palcos giratórios e verticalizados, propagando peças críticas, como a Roda Viva (durante a Ditadura Militar).

Em suma, o Bixiga é um bairro de festividades, de música, de arte, de gastronomia, de arquitetura, de luta e de resistência de todos aqueles que formaram (e ainda formam) o bairro a partir de um espaço de vivências interculturais. Nas palavras de Pereira (2017, p.15),

O Bixiga [é] exemplo de uma espécie de mosaico de superposições e entrecruzamentos, em que as territorialidades do espaço urbano originam lugares sociais híbridos que, ao invés de possuírem uma identidade única, assumem um caráter fluido, múltiplo, com fronteiras moveáveis que se penetram e se misturam.

Como todas as territorialidades são marcadas por relações de poder, disputas, apropriações e reapropriações, no Bixiga, essas relações também estão presentes através dos grupos étnicos, das classes e através das relações do bairro para com as políticas públicas dos diferentes governos que passaram pela Prefeitura da cidade de São Paulo. Assim, é durante a década de 1990 que o bairro passa a ser mais esquecido no mapa mental da cidade e pelas políticas públicas, ocorrendo o fechamento de vários bares, casas noturnas e teatros. O espaço do bairro se torna ponto de encontro de usuários de drogas e de prostituição (PEREIRA; AVELAR, 2020).

Porém, na década de 2010, o bairro – assim como o Centro Velho durante a década de 1990 – terá novos investimentos dos setores públicos e privados, que incentivaram o seu reviver cultural, a partir do consumo cultural mercadológico ou alternativo e da abertura de vários comércios (bares, cantinas, padarias etc.), além de eventos culturais e políticos, atraindo, assim, o público jovem da cidade. O bairro se configura novamente como um espaço cultural mais alternativo e plural tornando-se um lugar que pulsa a interculturalidade diaspórica. As autoras Pereira e Avelar (2020, p. 7) apontam que se trata de uma “[...] articulação a uma certa (re)valorização das áreas centrais da cidade por grupos que buscam consumos musicais/noturnos mais alternativos, o que contém sentidos políticos na ênfase que mostram quanto aos usos e ocupações mais democráticas do espaço urbano da cidade.”.

Além da cultura negra, italiana e nordestina, o Bixiga pulsa essas vivências diaspóricas e vem se constituindo também em torno desse “consumo alternativo” (PEREIRA; PONTES, 2017). Trata-se de um consumo que se faz pelos usos de grupos às subjetividades, presente no ativismo do pensar, sentir e lutar pela cidade; ou também um consumo através do sentir, pelo corpo, pelo poder da fala, da música, da escuta, da palavra falada e ouvida, do debate. Ou seja, é um consumo cultural, seja nos eventos em casas noturnas ou no caminhar pelo bairro, pelos seus diferentes espaços de religiosidade, de identidades, de socialidades – que também estão presentes no espaço cultural Al Jannah.

O Al Jannah cria redes entre pessoas, territórios e espaços pela cidade, conectando-a a outros lugares do mundo, reverberando dentro de si a história da Palestina, da cidade de São

Paulo, do bairro do Bixiga, do quilombo, dos imigrantes italianos dos migrantes nordestinos, e dos imigrantes e refugiados, oriundos de diferentes lugares.

2.3 Al Janhia e o Bixiga na história da cidade de São Paulo

A cidade de São Paulo foi fundada no ano de 1554, a partir de uma iniciativa de padres jesuítas. A fim de catequizar a aldeia, formaram uma igreja e o pátio do colégio. Seu relativo isolamento se deve à sua posição geográfica (no meio de duas serras – serra do mar e a Serra da Mantiqueira). A entrada e saída de Piratininga se dava a partir de seus afluentes: rio Tamanduateí, Anhangabaú, Pinheiros e Tietê (AZEVEDO, 1958).

Ao contrário de outras regiões do Brasil, durante o período colonial, não aconteceu em São Paulo o plantio da cana de açúcar, pois a planta não se adaptou ao solo. A sua principal economia era uma economia quase que de subsistência, relacionada à pesca, à caça, à criação de animais e a plantações tradicionais indígenas. Segundo Aroldo de Azevedo (1958, p. 32), não existia riquezas nem no subsolo, quanto mais em suas bacias de sedimentação, “[...] inteiramente impróprios para uma atividade agrícola proveitosa e lucrativa [...]”.

A partir do século XVII, surgiram as “bandeiras”. Eram investidas realizadas pelos bandeirantes, que invadiam as aldeias e apresavam os índios para serem vendidos como escravos nas fazendas. Além disso, os bandeirantes também conquistaram uma série de novos territórios no interior do Brasil para a coroa portuguesa. Em uma dessas missões, eles encontraram ouro nos arredores de São João Del Rei (hoje Minas Gerais). Apesar do achado, essa riqueza não ficou nas mãos dos habitantes da colônia. A coroa portuguesa separou os estados entre São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro, elevando São Paulo ao status de cidade – que ainda permanecia pobre, pouco povoada e sem muitos recursos, com poucas fazendas de subsistência (FAUSTO, 2001).

Como se não bastasse a perda dos lucros vultosos do ouro de Minas Gerais, São Paulo, a partir do ano de 1758, acaba perdendo parte de seus lucros com o comércio de índios apresados nos aldeamentos. Marquês de Pombal¹², dentre uma série de novas leis, proibiu o

¹² Marquês de Pombal foi um diplomata e primeiro-ministro português. Ajudou Portugal a se tornar independente da Inglaterra, realizando assim várias reformas em Portugal e no Brasil, entre elas: proibição da escravização dos indígenas, expulsão dos Jesuítas, elevação do Rio de Janeiro à nova capital da colônia, extinção das capitâncias hereditárias e elevação do Brasil a vice-reino de Portugal (FAUSTO, 2015).

apresamento e a escravidão indígena. Apesar disso, esse comércio continuava de forma ilegal. É no decorrer do século XVIII que ocorre um lento crescimento e desenvolvimento da cidade de São Paulo, estando envolvida na economia de Minas Gérias, não com o extrativismo, mas como fornecedora de produtos alimentícios – carne, leguminosas, grãos, entre outros produtos e artigos de primeira necessidade (FAUSTO, 2015).

São Paulo também foi palco da independência do nosso país, no dia 7 de setembro de 1822. Após ler uma carta enviada pela corte portuguesa exigindo o seu retorno, D. Pedro I gritou a célebre frase “Independência ou morte”, às margens do riacho do Ipiranga. Claro que todo o glamour evidenciado no quadro de Pedro Américo, “O grito do Ipiranga” (1888), não existiu. Desde as roupas até os cavalos, tudo foi uma criação da história oficial. Verdade ou não, o fato é que a cidade fez parte dessa história oficial nacional, ainda com as suas características de isolamento colonial, mas já reverberando a sua importância no cenário nacional.

Durante o século XIX, a cidade ainda possuía uma urbanização tímida, com apenas três ruas principais: Rua Direita, Rua São Bento e a antiga Rua do Rosário (hoje, Rua Quinze de Novembro), com cerca de um quilômetro de extensão. Até antes da Proclamação da República possuía uma população de cerca de 31 mil habitantes. O que mudou esse cenário foi o trinômio café-ferrovias-imigração e, depois, o segundo trinômio imigração-capitalis-indústrias. Segundo Azevedo (1958, p. 33), existe uma série de fatores que ocorreram concomitantemente e que explicam esse desenvolvimento e enriquecimento da cidade de São Paulo:

- 1) A expansão da cultura cafeeira em terras paulistas, principalmente depois que se deslocou do Vale do Paraíba [...];
- 2) A multiplicação das vias férreas;
- 3) O extraordinário incremento da imigração, notadamente de italianos, motivados pela expansão cafeeira;
- 4) O afluxo de capitais estrangeiros [...] anglo-canadenses e norte-americanos [...];
- 5) A criação do parque industrial paulistano [...];
- 6) Consequentemente êxodo de populações rurais e urbanas oriundas do interior do próprio Estado e de outras regiões do país [...];
- 7) Loteamentos de grandes propriedades.

Toda essa situação de relativo isolamento e não-centralidade mudou graças às lavouras de café, cultivadas a partir de 1817 no Vale do Paraíba, com mão de obra escrava. A partir de 1840, começa o cultivo das lavouras de café no oeste paulista, utilizando, a princípio, a mão de obra escrava negra e indígena. Com o fim do tráfico negreiro em 1850, começou a surgir o sistema de colonato realizado com os imigrantes europeus. O café era escoado das fazendas até

o porto de Santos no lombo de mulas, em um tortuoso caminho para descer a serra do mar e, depois, subir. Foi apenas em 1867, com a criação da estrada de ferro São Paulo Railway, que o café passa a ser escoado nos vagões das locomotivas, saindo das lavouras de Jundiá até o porto de Santos, em menos tempo e com menos perdas, aumentando, assim, os lucros da elite cafeeira (LUCA, 2011).

São Paulo veio a se modernizar. Não apenas o café era escoado para o porto de Santos, mas também o seu lucro passou a se concentrar no alto das colinas do Piratininga, o que se refletiu na construção de grandes casarões dos barões do café; na modernização do sistema de transportes por bondes movidos a cavalo e, depois, à eletricidade; nos ônibus movidos a diesel; nos carros; no surgimento do telefone, da imprensa, do rádio e do cinema (MATOS, 2007). Na virada do século XIX para o XX, toda uma cena cultural estilo Belle Époque, à moda europeia, surge no alto das colinas de Piratininga, com salões, universidades, escolas, bibliotecas, cafés cheios de discussões políticas, literárias etc. Temos nesse período a construção do Teatro Municipal, a Semana de Arte Moderna de 1922 (inaugurando o movimento Modernista no Brasil) e a construção de museus (como o Museu do Ipiranga, registrando a história que se queria perpetuar no imaginário coletivo como a história dos heróis nacionais). A esse respeito, a pesquisadora Maria Izilda Santos de Matos (2007, p. 100) afirma: “Em 1940, a cidade contava com 16 bibliotecas públicas, 12 emissoras de rádio, 42 cinemas e quatro teatros; já em 1954, registrava a existência de 114 bibliotecas, 17 emissoras de rádio, 166 cinemas e 15 teatros.”.

Para além da questão cultural, boa parte dos investimentos com o café foram reinvestidos na indústria de base, utilizando a nova classe operária oriunda da Europa, que, já no início das plantações de café, começou a surgir em São Paulo. A princípio, vieram para substituir a mão de obra negra e indígena nas lavouras. Mas, a partir de 1888, com a abolição da escravidão, os imigrantes europeus se tornaram essenciais tanto para as lavouras de café como servindo de mão de obra assalariada nas primeiras fábricas da cidade (LUCA, 2011). Segundo Azevedo (1958, p. 50), no ano de 1950, “[...] quase duas dezenas de milhares de estabelecimentos fabris deram trabalho a mais de 420 mil operários e produziram mercadorias no valor total de 33 milhões de cruzeiros.”.

Vale ressaltar que negros recém-libertos e indígenas não tiveram as mesmas oportunidades que os imigrantes europeus (em sua maioria, italianos). Estes, por sua vez, ocupavam os postos nos trabalhos fabris, como também os novos loteamentos de antigas chácaras e sítios da região. Para os negros, restou os piores lugares de moradia, alagadiços, sem esgoto, iluminação ou água, além da ocupação dos piores postos de trabalho. Também não

podemos romantizar a história e achar que para os imigrantes italianos só ocorreram benfeitorias, pois os primeiros imigrantes eram tratados como escravos e muitas revoltas aconteceram nas fazendas. Além disso, eles também moravam em bairros com falta de infraestrutura; porém, os melhores loteamentos ficavam nas mãos dos italianos, por uma série de fatores: poder aquisitivo, oferta de trabalho para o homem branco e exclusão do negro.

A modernização chega a São Paulo e, com ela, houve também uma reestruturação urbanística da cidade, desde as suas moradias (com casas de taipas substituídas por tijolos) até os rios, que foram vistos como um empecilho para o projeto de modernização. Primeiramente, devido ao aumento populacional do centro e entorno, houve um grande escoamento de esgoto para esses rios, ocasionando o surgimento de doenças. Ademais, os rios eram vistos como um impedimento para o projeto de construção de avenidas. A solução dos engenheiros e urbanistas, como o engenheiro Francisco Prestes Maia, foi a de canalizar boa parte dos rios ou mudar o seu trajeto, propiciando, assim, o projeto de abertura de avenidas e de novos loteamentos, já nos anos 1920 e 1930 (VARGAS, 2019).

A região do Bixiga e da Bela Vista fazem parte desse processo de canalização de seus principais rios, como o Saracura. Houve um aterramento e loteamento do lugar (onde hoje está a avenida Nove de Julho), tornando-o propício para moradias, como também para o comércio de produtos de primeira necessidade. Segundo o pesquisador Diego Vasconcellos Vargas (2019), bairros adjacentes ao centro, como Bom Retiro, Mooca, Barra Funda, Brás e Lapa (na zona oeste), instalaram as primeiras fábricas da cidade de São Paulo. Já no Bixiga, com as primeiras moradias do bairro, em 1882, surgem também os primeiros locais de comércio, quitandas, açougues, padarias e oficinas, abastecendo, assim, não só os moradores do bairro, mas também os moradores do entorno, como os do centro de São Paulo. Segundo o autor, “a localização do Bixiga entre bairros exclusivamente residenciais como o Morros dos Ingleses e a região da Av. Paulista, e o centro da cidade, garantiu condições favoráveis para que comércios alimentícios se instalassem no bairro.” (VARGAS, 2019, p. 34).

2.3.1 Centro expandido

São Paulo (de uma pequena vila formada no alto de uma colina chamada Piratininga, com apenas três ruas – Direita, São Bento e XV de Novembro) fortalece seu processo de

expansão e crescimento a partir da economia cafeeira, da imigração e, concomitantemente, da industrialização, que gerou uma expansão urbana.

O processo de expansão urbana, conforme ressaltado, prosseguiu. Foi com o plano de avenidas de Prestes Maia nos anos 1920 e 1930 que ocorreu a ampliação viária para a circulação de pessoas e mercadorias, como também novos loteamentos em bairros que passaram a surgir no entorno (COLVERO, 2010). Segundo Rolnik (2011, p. 3):

Esse plano continha uma proposta de “perímetro de irradiação” com um anel viário em torno do centro da cidade. Propunham-se o descongestionamento e a expansão do centro, envolvendo a área central com um sistema de avenidas e viadutos de forma a transpor os obstáculos físicos, como a presença de rios e encostas.

Das três ruas, para vários bairros, temos o Centro Velho juntamente com o Centro Novo, que, no início do século XX, começava a se desenvolver do outro lado do vale do Anhangabaú (onde hoje é a região da Praça da República), desenvolvendo ali o comércio e a indústria. Segundo Thâmara Talita Carvalho (2018, p. 44), a noção mais recente de centro expandido “[...] refere-se para fins de planejamento urbano aos distritos pertencentes à Subprefeitura da Sé, mas já incorporando partes de outras subprefeituras como Ipiranga, Lapa, Mooca, Pinheiros e Vila Mariana.”.

A expansão do centro velho para os novos centros, como o centro expandido e, mais tarde, para outras regiões em seu entorno, se deve à própria estrutura viária construída, com a criação de anéis viários. Esses anéis viários abrangem a área de locomoção e de circulação de pessoas e mercadorias, assim como a instalação de moradias, indústrias e comércios. Tudo isso está interligado ao aumento de riqueza que a cidade obteve ao longo das primeiras décadas do século XX, fruto das lavouras cafeeiras e da industrialização de produtos de base durante a Primeira e a Segunda Guerra Mundial. Segundo Raquel Rolnik e Danielle Klintowitz (2011, p. 6), “é justamente a partir de 1960 que o sistema viário principal vai ser ampliado significativamente ganhando uma estrutura com nível crescente de integração, abrangendo toda a região central da mancha urbana.”.

E o que acontece com o chamado “centro velho”? Lugar de memória histórica, artística e cultural da cidade de São Paulo, fruto do próprio crescimento urbano e da edificação e abandono de centralidades no processo de urbanização da cidade (FRUGOLI; CALDEIRA, 2000), a região passa a ficar desvalorizada, tanto no sentido imobiliário quanto no que diz

respeito ao polo econômico e industrial. Isso ocorre devido ao crescimento do entorno, quando novas áreas passam a ser privilegiadas com a mesma ou melhor infraestrutura do centro, com a paulatina verticalização da cidade e a expansão da malha viária e, mais tarde, ferroviária. Essas novas artérias de circulação e articulação urbanas ligam as pessoas, suas moradias e regiões de trabalho, facilitando cada vez mais a circulação de mercadorias, pessoas e capital. Nas palavras de Colvero (2010, p. 52):

A partir da década de 1960, no processo de formação da região metropolitana e com o aumento da malha viária na região central, o Centro Antigo passou a não ser mais atrativo para a expansão do capital centralizador e hegemônico e perdeu lugar exclusivo de área de consumo e vivência das classes econômicas mais altas, em direção às novas centralidades e subcentros na cidade de São Paulo.

No início do século XX, a elite cafeeira deixa o centro velho como lugar de moradia, ocupando bairros recém-inaugurados, como Jardins, Nova Higienópolis e Campos Elíseos, fugindo do barulho e das classes populares. Criam uma cidade paralela, seguindo os moldes de cidades-jardim à moda europeia, explicitando as desigualdades. Segundo Carvalho (2018), a partir de então, o centro velho passa por um processo de empobrecimento e popularização, sendo ocupado pelas classes sociais menos abastadas, uma vez que a diversidade e a pluralidade passam a ser algo negativo para as elites.

O centro velho passa a ser, principalmente a partir dos anos 1960 e 1970, o espaço do comércio ambulante, da desvalorização imobiliária, da moradia da população mais pobre, em sua maioria migrantes nordestinos. Ademais, há uma série de problemas, como congestionamento, não conservação dos prédios, insegurança e questões ambientais. É somente a partir da década de 1990 que são levados a cabo alguns projetos de revitalização, com base em ações da sociedade civil juntamente com empresários, melhorando a infraestrutura de alguns espaços, as vias de acesso e restaurando prédios e praças. Isso faz com que o centro velho retome sua posição de antigamente, como um lugar cultural de comércio e eventos. Segundo Carvalho (2018, p. 56):

Muitos desses projetos visavam uma atuação em melhorias de infraestrutura que refletissem claramente em uma valorização da paisagem urbana desse espaço, voltados a uma reocupação por parte de setores econômicos e culturais que imprimisse uma presença menos popular ao Centro [...].

Dados levantados por Colvero (2010) demonstram uma certa revivificação do centro velho como local do emprego formal, da circulação de pessoas para o consumo de serviços, do emprego informal e da moradia das camadas populares. A autora aponta (a partir de dados de 2000) que a oferta de empregos formais era de 629 mil, possuindo 8 mil pessoas trabalhando em comércio ambulante. Na área conhecida como centro velho, o número de moradores no ano de 2009 era de 534.599. Em 2010, havia mais de 2 milhões de pessoas que circulavam todos os dias por ali, seja para trabalhar, estudar ou consumir serviços e mercadorias (COLVERO, 2010).

Todos esses dados apontam para um repovoamento das áreas centrais (o centro velho e seu entorno), a partir do início dos anos 2000. Além disso, há iniciativas de políticas públicas e do setor privado, que viu uma possibilidade de lucro nessa região. Diferente das décadas anteriores, quando a região sofreu um processo de desocupação (de capital e moradores), hoje vemos esse interesse mercadológico e imobiliário, trazendo novos rumos ao berço da cidade de São Paulo.

Na virada do século XXI, as áreas centrais (incluindo o Bixiga) se tornam um espaço em disputa (PEREIRA et al., 2021), cada vez mais potente tanto no que se refere à questão imobiliária quanto à cultura e ao direito à cidade. Nesse sentido, emergem inúmeras organizações de movimentos culturais, coletivos, bares e festas. Os espaços urbanos estão em constante transformação, pois estão vinculados às apropriações por parte dos atores sociais, os quais se apropriam destes locais, revivendo um modo de ser e de fazer cultura. Além disso, esses locais são o resultado de políticas públicas, seja para melhorar ou piorar o seu entorno e dos interesses mercadológicos.

As áreas centrais de São Paulo, lugar privilegiado no final do século XIX e início do século XX, se estabeleciam como centralidade econômica e cultural da cidade, refletindo os lucros vultosos do café e da industrialização (MATOS, 2007). Com o passar do tempo, como consequência de políticas públicas e privadas, incluindo os interesses imobiliários e mercadológicos, passa a ser um lugar abandonado de investimentos. Há inúmeras desocupações, destruições de casas e prédios, construções de vias expressas e avenidas que conectaram o resto da cidade ao centro, mas cortaram bairros e destruíram moradias, acabando com toda uma vivência e experiência de se viver a cidade. Nas palavras da pesquisadora Maria Izilda Santos de Matos (2007, p. 163):

As transformações de São Paulo têm sido constantes e múltiplas, de certa forma caracterizando a cidade. Neste processo convivem tradições e formas culturais emergentes, não possibilitando a constituição de uma identidade única, mas de um processo fluido, múltiplo, fragmentado e também inóspito, com encontros e desencontros [...] e exclusões, rejeições e incorporações.

É a partir desses processos urbanos e culturais de permanências e emergências, apropriações e reapropriações por diversos atores em uma cidade que tem como marca a migração (interna e externa), a interculturalidade e os sentidos de cosmopolitismo, que localizamos e compreendemos o Bixiga e o espaço Al Janhia. Em pleno século XXI, esses territórios seguem refletindo tradições da formação histórica de São Paulo, ajudando a constituir elementos e sentidos da metrópole global – sentidos econômicos, culturais, da cultura de consumo, urbanísticos, políticos e comunicacionais.

O espaço e centro cultural Al Janhia não é apenas um bar/restaurante/centro cultural que oferece bebida, comida e lazer; também é um interlocutor e mediador político e social, com pautas progressistas. Está permeado por muitas culturas e identidades diaspóricas, seja em seu corpo de funcionários ou nos eventos culturais. O Al Janhia promove debates políticos, cursos e oficinas, recebendo convidados do meio acadêmico e políticos. À noite, o Al Janhia oferece festivais de música ao vivo, com bandas de estilos musicais variados, com música congoleza, funk, MPB, jazz e até música caribenha. Mais do que um bar, o Al Janhia se configura como um grande aglutinador de redes – entre músicos, produtores, palestrantes, acadêmicos, políticos e demais frequentadores –, construindo laços, socialidades e redes de amizades, de luta e de solidariedade. O Al Janhia se constitui em um processo de hibridação.

[...] a hibridação pode acontecer de modo não planejado, ou é resultado imprevisto de processos migratórios, turísticos e de intercâmbio econômico ou comunicacional. Mas frequentemente a hibridação surge da criatividade individual e coletiva. Não só nas artes, mas também na vida cotidiana e no desenvolvimento tecnológico. (CANCLINI, 1998, p. 22).

O Al Janhia se faz como um formador de redes entre coletivos e indivíduos, através da música, da comida e da bebida árabe, de cursos e eventos culturais. A sua identidade foi sendo construída ao longo dos anos no bairro do Bixiga – uma localidade na cidade de São Paulo com diferentes encontros étnicos. Assim, o Al Janhia pertence e se integra no bairro do Bixiga e na

cidade de São Paulo, dialogando com múltiplas identidades (locais ou diaspóricas), desde o passado até os dias atuais. Compõe fluxos de redes e de pessoas, que estão em um contínuo movimento, saindo de diferentes territórios em busca de algo novo, algo melhor – seja o negro fugido da fazenda, o italiano vindo para o Brasil, o nordestino fugindo da seca ou o refugiado e o imigrante saindo da sua terra natal.

A esse respeito, a autora Janice Caiafa (2005) destaca que a cidade existe enquanto um meio heterogêneo, que gera constantes estranhamentos entre aquilo que lhe é familiar e a possibilidade do contato com o outro (que lhe é diferente). Em suas palavras: “a experiência urbana envolve diversidade e exposição em algum grau de diferença.” (CAIAFA, 2005, p. 2). Sendo a cidade um lugar que promove os encontros entre estrangeiros e desconhecidos, “[...] permanece como marca da cidade a experiência do estranhamento e do inesperado que a exposição à diferença impõe.” (CAIAFA, 2005, p. 2), formando, assim, redes móveis, circuitos e trajetórias de convívio. Isso ocorre graças aos espaços coletivos, capazes de possibilitar o encontro entre diferentes pessoas, seja dentro de um ônibus, em uma praça ou em um bar. É a partir desses espaços coletivos que diferentes grupos se encontram, realizando as suas experiências, trocas, negociações, resistências, socialidades, representações e vivências.

No espaço Al Janhia existe uma confluência de culturas e identidades. Seus frequentadores encontram no espaço um local de refúgio e de inspiração, na política, na arte ou na música, encarada como forma de tocar e transformar as pessoas a partir de seus diferentes significados. Para Pereira, Rett e Bezerra (2021), o Al Janhia se configura como um espaço coletivo, ou seja:

[...] como lugares onde a vida coletiva se desenvolve, podendo estes serem privados e públicos ao mesmo tempo [...] fortalecendo encontros, vinculações, associações, negociações interculturais, gerando a vida nas cidades e seu tecido social e comunicacional. (PEREIRA; RETT; BEZERRA, 2021, p. 10).

O que as autoras enfatizam é que, para além da dicotômica divisão entre espaços públicos e privados (previamente instituídos), a cidade vai constituindo (pelos seus atores) dinamicamente “espaços coletivos”, os quais se constituem através de seus usos e apropriações, fortalecendo as fibras sociais e a possibilidade do encontro, da alteridade na cidade. Mesmo após a pandemia, que obrigou o bar a fechar as suas portas durante quase um ano e quatro meses, o Al Janhia continuou a sua luta, promovendo postagens de cunho ativista através do

Facebook, nas *lives* com discussões políticas ou *lives* musicais. A luta não pode parar, e é através da música, da arte, dos debates, das articulações políticas e das tradições culturais (comidas, bebidas, memórias, iconografia árabe) que este espaço continuou resistindo à pandemia e à crise econômica e política no Brasil ao longo do ano de 2020 e 2021.

Portanto, pensar sobre o Al Jannah, o bairro do Bixiga e a cidade de São Paulo é pensar sobre a coexistência de diferentes modos de ser, a partir das interculturalidades que articulam diferentes tempos históricos, experiências e vivências, “[...] pensando a cidade como devir e os múltiplos atores e nós de uma rede não homogênea.” (PEREIRA; RETT; BEZERRA, 2021, p. 5). Isso significa analisar a questão para além da verticalização proposta pelo Estado ou pelo sistema capitalista, como bem pontua Janice Caiafa (2005, p. 4), que parte da perspectiva de que devemos pensar a cidade como um devir, algo que está se fazendo no e pelo movimento, “[...] atravessada por fluxos que modificam seu espaço social e físico.” Trata-se de um contexto que engloba pessoas em redes móveis, moradores, transeuntes, comerciantes, estrangeiros, imigrantes, refugiados, trabalhadores. Segundo Caiafa (2005, p. 6), “há uma positividade na experimentação urbana dos riscos e encontros [...]. Há um sair de si, uma abertura do sujeito para a subjetividade quando se vislumbram ativamente esses mundos”.

Assim, pensar a cidade, o bairro do Bixiga e o espaço e centro cultural Al Jannah é encará-la para além da visão do Estado, condicionada aos axiomas do capitalismo. Isso porque, por mais que sejam influenciados pelos axiomas do capitalismo, esses espaços também possuem as suas dinâmicas e produções de sentido. Por mais que sejam atravessados por questões mercadológicas, burocráticas e administrativas, a cidade, o bairro do Bixiga e o espaço e centro cultural Al Jannah também se fazem a partir das questões locais, do cotidiano, as quais em alguns momentos transcendem essa lógica.

3 AL JANIAH: COMUNICAÇÃO, CONSUMO E CULTURA À LUZ DOS ESTUDOS CULTURAIS INGLESES E LATINO-AMERICANOS

Neste capítulo, pretendemos traçar uma análise teórico-conceitual acerca dos Estudos Culturais ingleses e latino-americanos no que diz respeito aos temas da cultura, da cultura do consumo, das comunicações urbanas e da cultura enquanto recurso, desdobrando-se, ainda, em aspectos como economia criativa e experiência do consumo.

Na primeira seção, intitulada “A metrópole comunicacional: comunicação, cultura, consumo e ativismo”, tratamos da noção de “comunicação urbana”, observando a relação das metrópoles comunicacionais em tempos técnico-informacionais, dialogando com questões acerca do consumo, dos espaços intersticiais e de multiterritorialidades (onde formas de ativismo também podem ser verificadas).

Na seção 2, “A centralidade da cultura”, traçamos um panorama acerca da noção de cultura, destacando o contexto pós-industrial e contemporâneo, analisando como os Estudos Culturais ingleses, a partir da década de 1960, modificam o entendimento de “cultura”, ao colocá-la como epicentro quando passa a ser vista como epicentro das análises sociais. Também abordamos o papel do consumo e da cultura de consumo nas sociedades pós-industriais e contemporâneas, bem como as dinâmicas entre hegemonia e contra-hegemonia, observando conceitos como “indústria cultural”, “cultura de massa”, “cultura popular”, “meios e mediações”, “homem ordinário”, “identidades fragmentadas”, “interseccionalidade”. Analisamos igualmente o papel da produção e da mercantilização do consumo, suas dinâmicas de poder e apropriações a partir das esferas locais de usos coletivos e subjetivos.

Na seção 3, “Cultura enquanto recurso e economias criativas”, procuramos perceber o papel da cultura enquanto recurso e propulsora de agenciamentos subjetivos e coletivos, capazes de transformar o entorno, seja na esfera institucionalizada ou alternativa. Dialogamos com questões que envolvem as economias criativas, que, apesar de ressoar aspectos verticalizados, se faz presente enquanto transformadora social e local nos seus usos e agenciamentos alternativos.

Na seção 4, “Consumo como experiência”, analisamos o papel do consumo de experiência e da experiência do consumo (PEREIRA et al., 2015), suas diferenciações e seu grau de importância para a análise do Al Janiah. Observamos, assim, os sentidos, signos,

memórias, experiências e significações que os sujeitos e grupos criam e adquirem a partir da sua relação com o consumo.

Este capítulo tem o objetivo de explicar a comunicação urbana e os modos intersticiais e horizontais de observação e análise das metrópoles comunicacionais, vinculando essa percepção às questões acerca da cultura e do consumo. Destacamos a cultura enquanto centralidade, discussão trazida por Stuart Hall (1997); a cultura enquanto recurso, a partir dos escritos de George Yudice (2004; o consumo como experiência, proposto por Cláudia Pereira et al. (2015); a noção de economia criativa, analisada por vários autores, como Michel Herschmann (2016) e Cintia Sanmartin (2016); e a questão do consumo enquanto cidadania e política, com base em Canclini (1999) e Rocha (2018). Em suma, pretende-se neste capítulo uma discussão e problematização desses conceitos, análises e reflexões, para a compreensão da tríade comunicação/consumo/cultura vinculados ao espaço cultural Al Janhia.

Salientamos que não é objetivo desta dissertação fazer uma análise de consumo com o público frequentador ou consumidores do Al Janhia. O que pretendemos é compreender como a cultura do consumo, aliada à comunicação urbana e a formas de ativismos, se articula e nos permite interpretar os sentidos construídos no e pelo espaço Al Janhia – um espaço multiterritorial (HAESBAERT, 2003) e translocal, que constrói e reconstrói dinâmicas e redes de comunicação urbana.

3.1 A metrópole comunicacional: comunicação, cultura, consumo e ativismo

Compreender a cidade para além da lógica capitalista e entendê-la em sua atmosfera cotidiana, construída e reconstruída pelas trajetórias e fluxos urbanos dos seus agentes, não é uma tarefa fácil, pois, quando observamos as mídias hegemônicas (rádio, jornal, TV, internet), a lógica capitalista (sensacionalista, de uma cidade embrutecida e burocratizada) se faz presente. Não é uma cidade feita para cidadãos, mas, sim, para clientes, os quais reclamam através dos *mass mídia* dos inúmeros “desserviços” oferecidos pelas diferentes administrações da Prefeitura (CANCLINI, 2002). Olhar além dessas janelas digitais, impressas e sonoras é necessário, pois compreender a cidade na contemporaneidade vai muito além desses agentes midiáticos. Vários autores (CAIAFA, 2005; CANCLINI, 2002; CANEVACCI, 2009) propõem um novo olhar para perceber essas cidades pela perspectiva do movimento, de seus fluxos, das trajetórias de agentes de fora e de dentro da cidade, que, a partir da cotidianidade e das questões

locais, irão dialogar com outras cidades e regiões em um processo de formação de redes e fluxos – muito além do local, alcançam o global.

Essa é a proposta da noção de “comunicação urbana” de Canevacci (2009): entender as cidades como uma polifonia de vozes, onde não existe apenas um protagonista reverberando a sua história como a mais importante e potente, mas, sim, vários personagens, com as suas especificidades (culturais, de classe etc.), que irão representar também o seu lugar de fala. Observamos aí uma multiplicidade de histórias, personagens, interstícios, silêncios, lacunas e fragmentos, os quais também terão a sua vez e voz. A esse respeito, Canevacci (2009, p. 12) observa que *polifonia* é justamente uma busca de compreensão da metrópole sem um centro norteador ou uma história principal, mas, sim, compreendendo “[...] que cada pequeno fragmento da metrópole tinha uma história [...] cada fragmento era analisado em si mesmo, como uma potência comunicacional própria [...]”.

As cidades são formadas de muitas histórias e personagens cotidianos, que negociam, resistem, enfrentam, lutam, aceitam, boicotam, silenciam, no *modus operandi* do viver urbano. Essa polifonia de vozes está presente na rua em que está, ou no bairro que se transita, o jeito de se portar, andar, falar ou não falar, poderá ser diferente. Assim, a ginga e a malícia do viver urbano mudam de cidade para cidade, de bairro para bairro ou até de rua a rua. Como bem salienta Magnani (2002), em sua perspectiva de ver a cidade de perto e de dentro e não de longe e de fora, há uma aproximação com os sujeitos que, de fato, fazem a cidade no e pelo movimento. Percebem a urbe, assim, em sua cotidianidade, observando quais são seus usos, seus modos culturais, seus fluxos, sua mobilidade, suas diferentes espacialidades, bem como seus diferentes ritmos, variando de lugar, pessoas e períodos. Ou seja, uma percepção sobre como a cidade se comporta a partir dos significados atribuídos pelos sujeitos, e como eles variam dependendo se é dia, noite, tarde, dia da semana, final de semana, feriado, horário de pico ou fim de tarde de domingo, percebendo a cidade inserida em contínuos movimentos (de pessoas, lugares, tempos, imagens, prédios, carros, sons, trânsito e fluxos).

Ainda falando a respeito da perspectiva “de perto e de dentro”, Magnani (2002) desenvolve algumas categorias para compreender as paisagens urbanas, as relações que se constroem nelas e o movimento da cidade (de pessoas, eventos, comércios, moradores, turistas etc.): pedaço, mancha, trajeto e circuito. Essa perspectiva é capaz de se aproximar dos espaços e das pessoas que compõem as paisagens urbanas, refletindo e analisando como elas constroem a interatividade, as socialidades, o senso de comunidade, a diversão, o trabalho e o entretenimento nos espaços urbanos. Isso se difere das abordagens “de longe e de fora”, as

quais, por se manterem distantes dos sujeitos, acabam não sendo capazes de observar as suas especificidades, a cotidianidade e suas relações de trocas, negociações, resistências, conflitos, conquistas. Como bem salientam as autoras Pereira, Rett e Bezerra (2021, p. 2): “a comunicabilidade urbana se faz dos trânsitos, mobilidades e fluxos de pessoas, mercadorias, ideias, culturas [...] colocando em contato disputa e negociação diversos atores, instituições, perspectivas e interesses.”.

Pensando a cidade como um ponto de encontro com o diferente e como algo formado a partir dessa confluência, Janice Caiafa (2005) destaca o quanto é importante essa abertura da cidade, não apenas em sua formação, mas também enquanto movimento contínuo, justamente por estar aberta à multiplicidade. Ela se torna, assim, cada vez mais rica em termos culturais, como afirma Caiafa (2005, p. 4), pois a cidade “[...] precisa ser um ímã para estranhos de toda a sorte que vão povoar esse espaço de constante movimento, esse campo atravessado por trajetórias e em expansão horizontalmente.”. Porém, essa visão de abertura, seja dos espaços públicos ou privados (sendo constituídos como espaços coletivos), escapa da lógica do Estado verticalizado, sob um viés mercadológico. Segundo a autora, o capitalismo necessita da lógica vertical do Estado a fim de realizar a sua axiomática; porém, a cidade pode ou não seguir esses ditames, sendo um espaço de “integração local”, “circuito de trajetórias”, de “exterioridade” e de “comunicação a diferença”, podendo exercer a sua autonomia perante os axiomas do capitalismo (CAIAFA, 2005).

São os espaços coletivos possibilitadores para que a cidade exerça suas formas de autonomia perante o sistema, fazendo prática da horizontalidade. Ou seja, reconhecem a polifonia de vozes pertencentes ao lugar, construindo laços, vínculos e socialidades, através da cultura, do comércio, do turismo ou dos usos dos equipamentos públicos. São espaços coletivos que se fazem a partir dos seus usos, na cotidianidade, para além da lógica dual dos espaços públicos versus privados. Neste sentido, o Al Jannah pertence a essa categoria, enquanto espaço coletivo capaz de aglutinar “estranhos” de diferentes regiões e com diferentes graus de acessos, que constroem laços a partir da cultura enquanto recurso (YUDICE, 2004). Formam redes e fluxos em um contínuo movimento (local e translocal), dialogando com o Brasil a fora e com o mundo e possibilitando, assim, um fazer urbano mais plural. Como afirmam as autoras Pereira, Rett e Bezerra (2021, p. 10), “a noção de espaços coletivos [...] pensado a partir das lógicas de seus usos coletivos [...] podendo estes serem privados e públicos ao mesmo tempo, fortalecendo encontros, vínculos, associações, negociações interculturais, gerando a vida nas cidades [...]”.

Os espaços públicos e coletivos subvertem a lógica segregacionista, particularistas e familiar dos espaços privados, promovendo a diversidade e o direito à cidade por pessoas de diferentes classes sociais, orientação sexual, religião, cor, viés político etc., promovendo o direito do encontro com o diferente (AGIER, 2015). Como bem salienta Michel Agier (2015, p. 2), a cidade é feita pelo e no movimento, pelas experiências concretas e não idealizadas, ficcionais, um “[...] horizonte aberto, é o movimento permanente do “fazer-cidade” [...] nas experiências concretas do espaço.”.

A partir disso, temos uma cidade em constante transformação, em seus usos, espaços, linguajares, sonoridades, imagens, mídias, transeuntes, comerciantes, moradores, turistas e equipamentos, tanto nos espaços demarcados pela lógica do Estado quanto nos espaços intersticiais, horizontais, periféricos e, por vezes, precários. Esses espaços subvertem a lógica do próprio sistema segregacionista, transformando-se em um espaço acolhedor para imigrantes, refugiados e moradores (do centro ou da periferia) capaz de criar laços de socialidade, a partir da luta pelo direito à cidade. Esses espaços “precários”, que, segundo Agier (2015), podem ser uma favela, um campo de refugiados ou uma ocupação, ressignificam e constroem a luta pelo direito ao viver urbano e seus territórios, fazendo a cidade no e pelo movimento. A ênfase está no agir urbano, sendo que na “[...] invasão/ocupação/instalação encontra-se o movimento do direito à cidade enquanto direito de estar ali e de ali levar uma vida urbana.” (AGIER, 2015, p. 11).

Subvertendo a lógica histórica e perniciosa do neoliberalismo, estão as ocupações. As autoras Pereira e Bezerra (2021) apontam como a Ocupação Ouvidor 63 se transformou em um dos maiores centros culturais não institucionalizados da América Latina, partindo da lógica descentralizada e horizontal. O prédio do governo do Estado de São Paulo, abandonado muito antes de 2014, foi ocupado neste mesmo ano por coletivos artísticos, a fim de protestar contra políticas neoliberais e segregacionistas. A ação serviu como um contrassenso artístico para todos aqueles que não se sentiam representados pelas lógicas burocratizadas e institucionais. Assim, indo contra a lógica também histórica de esquecimento do centro velho de São Paulo, essa ocupação trouxe vida artística a esse espaço coletivo, transformando-o em um espaço provedor de muitas redes translocais.

Em um processo contínuo de construção de formas de re-existência, esses espaços lutam pela continuidade de suas propostas, sejam as ocupações artísticas (que lutam através da arte) ou os movimentos de moradores (que lutam pela revitalização do centro velho, a fim de obterem espaços dignos de moradia). Nesta mesma lógica, estão espaços coletivos como o Al Jannah,

que faz parte dessas estratégias do fazer urbano, capazes de reverter a lógica dos próprios espaços, mudando seus usos para atender coletividades plurais e interculturais.

Tais espaços promovem o movimento a partir das ações dos sujeitos no fazer urbano, efetivamente se transformam em cidadãos, não por questões institucionalizadas por meio dos direitos sociais, políticos e civis, mas por tomarem a cidade como sua, a partir de seus usos, modos e práticas cotidianas, deixando de ser meros clientes/consumidores (CANCLINI, 1999). Fugindo a essa lógica, praticam a re-existência (ACHINTE, 2007), ou seja, a luta cotidiana, fragmentada em pequenas ações do dia a dia, através da arte, da cultura, do sentir e do agir sobre o urbano, indo na contracorrente de lógicas hegemônicas.

Assim, é preciso pensar a cidade para além do padrão estabelecido ideologicamente. Como bem aponta Massimo Canevacci (2009), no início do século XX existia uma cidade industrial; porém, a visão sobre ela mudou desde a década de 1970. Graças às mudanças da sociedade e dos avanços tecnológicos, temos não mais uma cidade imutável, mas, sim, uma metrópole comunicacional – constituída pela indústria, pelos seus equipamentos, pela mobilidade, pela política e pela economia. Trata-se de uma cidade que faz parte de “[...] espaços eletrônicos-material e imaterial.” (CANEVACCI, 2009, p. 2), capazes de gerar uma comunicação em rede e o consumo entre as cidades. Sendo assim, não podemos mais identificar as cidades como algo imóvel, fixo e imutável; muito pelo contrário, a cidade é movimento de múltiplos lugares. A respeito dessa mudança, Canevacci (2009, p. 4) salienta que “[...] tudo é mais possível”. É raro que uma pessoa possa fazer um tipo de trabalho por toda a vida, que fique no mesmo território, que tenha a mesma família [...] essa flexibilidade é para mim, parte constitutiva do conflito contemporâneo.”

Perceber a cidade é percebê-la fazendo parte dessas transformações sociais. Junto com os avanços tecnológicos e das demandas dos grupos minoritários em seus graus de representatividade, temos cada vez mais a representatividade dos indivíduos realizadas por eles próprios. A esse respeito, Canevacci (2009) destaca a figura do “espect-ator”, sendo o público parte da obra que o está representando. No consumo cultural, material ou simbólico, as pessoas querem se sentir representadas e ter o poder da autorrepresentação algo que hoje em dia é mais possível do que no passado através das redes sociais (nas postagens de vídeos, textos, imagens, fotos etc.) ou da relação face a face (a partir dos usos e performance do corpo na interação com os espaços. Canevacci (2009) traz à tona essa potência de autorrepresentação do indivíduo na comunicação urbana, que, a partir dos espaços materiais e imateriais, ocupa com o seu corpo e performance tais espaços, não sendo um indivíduo fixo, imutável, estagnado, mas, sim, um

“multivíduo”, com múltiplos “eus” e identidades possíveis. Sobre o conceito de “multivíduo”, Canevacci (2009, p. 9-10) afirma:

Multivíduo é uma pessoa, um sujeito, que tem uma multidão de eus na própria subjetividade [...]. Essa constatação possibilita entender que as pessoas podem desenvolver uma multiplicidade de identidades de eus-multivíduo, fazer uma coabitação flutuante de diferentes selves.

Como bem observa Canevacci (2009, p. 8), é preciso compreender a metrópole comunicacional em seu movimento, com os seus vários interstícios, “[...] espaço no entre, um espaço conhecido e um desconhecido”. Além disso, necessitamos observar suas múltiplas vozes, em uma polifonia, onde não há centro, mas, sim, uma multiplicidade de histórias fragmentadas. Esses conceitos nos ajudam a compreender um pouco como analisar, refletir e estudar as cidades contemporâneas, em meio a tantas mudanças sociais, culturais, informacionais e sentidos. Temos claro que isso não é uma tarefa fácil, pois é muito mais difícil observar e analisar aquilo que não está explícito ou totalmente decantado do que simplesmente analisar as histórias tradicionais e oficiais.

Compreender a metrópole comunicacional é entendê-la estando situada em seu tempo técnico-informacional, vivendo a “ubiquidade”, como salienta Canevacci (2015, 2021). A expansão das vivências simultâneas do espaço e do tempo estão cada vez mais entrecruzadas com o local, o global, o material, o imaterial, o corpo, os sentidos e as paisagens urbanas. A ubiquidade, portanto, gera o “multivíduo”, essa pluralidade de “eus”, desenvolvendo novas percepções no sentir e fazer urbano, na cultura e no consumo, pois “o sujeito que transita na rede e na metrópole comunicacional pode, no mesmo espaço e tempo, se comunicar com pessoas de contextos totalmente diferentes.” (CANEVACCI, 2015, p. 3). É, pois, com o digital que ocorrem “[...] diferentes comportamentos e favorece experiências não lineares de tempos-espaçados.” (CANEVACCI, 2021, p. 9).

Tanto os autores que tratam da noção de comunicação urbana (CAIAFA 2005; CANEVACCI, 2021) como autores da geografia humanista (HAESBAERT 2004, SANTOS 2006,) observam essa multiplicidade de territórios e os avanços tecnológicos, formando redes possíveis entre os espaços/territórios online e materiais ou presenciais. Isso promove mudanças sociais, culturais e econômicas significativas na formação do tecido social, urbano, de consumo e comunicacional.

Falando a respeito da cidade de São Paulo, assunto tratado no primeiro capítulo, ela agrega uma polifonia de vozes, interstícios, trajetos e redes, que são atravessados pelas horizontalidades que fogem à regra hegemônica às verticalidades do Estado e do neoliberalismo. O sujeito de pesquisa aqui analisado, o espaço Al Jannah bar/restaurante/centro cultural intercultural e seus agentes, faz parte dessa polifonia, capaz de desenvolver as suas horizontalidades na cidade (CAIAFA, 2005), através de shows, atos políticos e de sua gastronomia, mas que também está sob a lógica do sistema, seja dependente das políticas e burocratizações da Prefeitura ou por ser um local de comércio que necessita dar lucro para se sustentar. Perceber esses espaços coletivos constituídos por tais dialogias, bem como a possibilidade de fugir às regras e ditames hegemônicos através da arte, do ativismo e da cultura enquanto recurso, é de suma importância para a compreensão do espaço urbano na contemporaneidade.

Para que possamos compreender os atravessamentos e as mudanças do espaço urbano na contemporaneidade, há que se entender também outros articuladores inseridos e gerados no fazer urbano. Segundo Canevacci (2016, p. 4, grifo da autora), a metrópole comunicacional “[...] se caracteriza pelas relações entre a expansão digital cruzada pelo trio *comunicação-cultura-consumo*. Este encontro produz valor econômico agregado e valores como estilo de vida, visão de mundo, crenças e mitologias.”.

Compreender os multívduos, as chamadas “identidades fragmentadas e diaspóricas” (HALL, 2003), a experiência do consumo (PEREIRA et al., 2015), a centralidade da cultura (HALL, 1997), a cultura enquanto recurso (YUDICE, 2004) e os ativismos vinculados ao consumo (ROCHA; PEREIRA, 2017) como articuladores do fazer urbano é útil para a análise do espaço cultural Al Jannah. Como explicado, trata-se de um espaço coletivo, ativista, capaz de aglutinar diferentes coletivos e pessoas, que ressoam diferentes interculturalidades, pautas, expressões, representatividades e performances: no palco, no discurso, no corpo, na voz, nas imagens, na pintura, na dança, no escrito, na gastronomia ou mesmo a partir da paisagem urbana, que, junto de seus frequentadores, compõe a noção de consumo ativista alternativo (PEREIRA; BRAS, 2021). Segundo Canevacci (2016, p. 4-5), a metrópole comunicacional “[...] produz um tipo de público que não é mais o público homogêneo e massificado da era industrial. São públicos pluralizados e fragmentados: públicos que gostam de performar consumo e comunicação.”.

Consumo, comunicação e cultura, como ressalta Canevacci (2009), têm uma produção de valores não só econômicos, mas também no sentido antropológico. Trata-se de um consumo

e de uma cultura, vinculados à performance do sujeito que busca se autorrepresentar construindo identidade, pois aquilo que ele usa, come, assiste, lê, escuta, usufrui enquanto bens materiais e simbólicos constitui quem ele é (para si e para os demais). Consumo gera uma comunicação, cria identidades, constrói uma performance do sujeito com os objetos e bens culturais, recriando outras possibilidades horizontais que podem fugir das hegemônicas, mas que também vivenciam os seus ditames e conflitos. É, pois, “[...] na metrópole o contexto dentro do qual o corpo se configura e se transfigura como bodyscape.” (CANEVACCI, 2004, p. 3).

No Al Jannah, vemos essa interação do consumo, da cultura e da comunicação urbana sendo construída e performada pelos seus frequentadores nos usos possíveis do espaço, seja para dançar, criar ou manter relações afetuosas, seja para protestar, se inteirar de assuntos políticos ou simplesmente para se divertir e apreciar um bate-papo com amigos. Performando o seu consumo, esses frequentadores se tornam, nas palavras de Canevacci (2016, p. 5), “[...] sujeito cocriador que modifica os módulos presentes, liberando a própria vontade de autorrepresentação: a prática política da cidadania transitiva na metrópole performática.”

É preciso perceber esse consumo principalmente nas culturas juvenis, as quais fazem uso dos espaços urbanos em seu processo identitário, performando o consumo atrelado aos espaços frequentados (dialogando com suas pautas ideológicas, gostos gastronômicos, estilo musical) e ao público frequentador, fugindo, assim, das questões tradicionais, fixas, limitadas e hegemônicas. Como bem destacam as autoras Rocha e Pereira (2018, p. 4), “em suas práticas cotidianas e em seus imaginários, surgem sentidos de socialidades, afetos, onde ações políticas não estão dissociadas de elementos ligados ao consumo e ao entretenimento.”

Como explicado anteriormente, consumo, cultura e comunicação estão estreitamente vinculados. Além de fazerem parte dos processos identitários, é a partir das materialidades e imaterialidades que se constrói tanto a própria cultura como o grau de entendimento a respeito da cultura, de si e do outro. O consumo, portanto, mostra-se como um elemento cultural que comunica aos outros que tipo de sociedade é aquela – se é altruísta, comunitária ou egoísta e individualista. Além disso, o consumo também está vinculado a questões ativistas, sendo uma tomada de decisão ideológica e política aquilo que eu uso ou deixo de usufruir, pois “nossas escolhas de modos de vida nos levam a determinadas escolhas de consumo.” (ROCHA; PEREIRA, 2018, p. 7).

Observamos entre os frequentadores do Al Jannah aspectos acerca do consumo ativista, que resiste e negocia com as questões de consumo. Muitos dos frequentadores do espaço Al Jannah frequentam o espaço por seu grau de representatividade ativista e ideológica (de viés

progressista e de esquerda). Reconhecem no Al Jannah um espaço plural de alteridade e equidade entre os grupos minoritários, como também a sua pauta central sobre a causa em prol da Palestina. Dificilmente uma pessoa que frequente o espaço ou que vá pela primeira vez desconhece tais questões, pois, além da construção do lugar pelos seus frequentadores, também há que se identificar o ativismo. Ele está presente no Al Jannah, em sua construção, performance e em sua materialidade, desde a sua fundação em prol dos refugiados palestinos (e demais refugiados): na decoração, gastronomia e materialidade do espaço, no cardápio com as comidas palestinas e árabes, na carta de bebidas (em que constam itens como “Palestina livre”) etc. Sem contar toda a decoração do espaço, com bandeiras da Palestina, mapas, fotos de guerrilheiros, faixas com dizeres e palavras de ordem.

Ao tratar sobre o consumo ativista vinculado ao espaço Al Jannah, Pereira e Bras (2021) destacam tanto essa prática ativista de seus frequentadores, que fogem das práticas hegemônicas e institucionalizadas, como a construção de um espaço formador de vínculos, afetividades e socialidades. Como afirmam Rocha e Pereira (2018, p. 115) a respeito do consumo alternativo e das culturas juvenis:

[...] escolhem o que e como consumir e o que se negam a possuir ou praticar [...] que norteiam por questões ideológicas, que possuem um domínio considerável das dinâmicas produtivas associadas ao capitalismo e por isso, buscam formas de refutá-lo, que consumem afetos, alegrias, encontros e, nessa perspectiva deslocam-se e ocupam a cidade, negando a monetarização da vida e da existência.

O ativismo presente no bar Al Jannah (em seus eventos presenciais e digitais) traz narrativas de lutas, intervenção na cidade ou modos de valorizar e protagonizar as etnicidades. Possuem essas formas de ação e intervenções extrainstitucionais, as quais fogem das mídias hegemônicas, partidos políticos ou qualquer outra instituição convencional. Assim, traz à tona um ativismo entre os coletivos, sejam eles de migrantes, imigrantes, refugiados, brasileiros, de homens, mulheres, indígenas, quilombolas, negros ou brancos, pertencente a comunidade LGBTQIA+ etc. Todos eles procuram, por meio de suas intervenções (na ou nas redes digitais), tocar e sensibilizar a sociedade, promovendo suas pautas, amplificando vozes, modificando valores e fazendo-a repensar acerca de várias questões que não teriam notoriedade se fossem mediadas através de equipamentos institucionais.

Em estudo realizado pelas autoras Rocha e Pereira (2017) a respeito dos ativismos juvenis, as autoras realizaram uma pesquisa qualitativa com diferentes ativistas vinculados a coletivos na cidade de São Paulo. Elas constataram que, para além dessas questões de fuga do status quo da política institucional, o ativismo também está vinculado a certas noções de economia criativa, dado que essas pessoas muitas das vezes trabalham em suas causas (vendendo artesanato, trabalhando com gastronomia vegana, realizando oficinas de artes etc.). Além disso, muitos não conseguem distinguir os limites da profissão e do ativismo, pois ambos se entrecruzam em muitos momentos, tornando-se uma só coisa. As autoras também destacam que boa parte desses sujeitos pesquisados pensam de modo coletivo, do estar e do fazer juntos, nunca de forma individual, apontando que “em vários depoimentos, a noção do estar junto e fazer as coisas acontecerem “extrapolando a individualidade” seriam características do ativismo.” (ROCHA; PEREIRA, p. 14, 2017).

A vinculação da economia criativa a esses ativismos faz com que esses indivíduos tenham uma relação com o seu trabalho de forma satisfatória e significativa, indo além da questão material ou econômica. Trata-se de um trabalho que constrói significações e sentidos políticos para essas pessoas, pois sua atividade laboral, muito mais que uma função, diz quem eles são, o porquê e para quem fazem isso, tendo um significado que escapa às questões materialistas. Podemos presenciar esse labor ativista no Al Jannah, seja a partir de seus shows, palestras e eventos realizados pelos produtores culturais ou no trabalho dos funcionários, sendo um trabalho que muitas vezes gera satisfação pessoal por estar vinculado a pautas reconhecidas por esses grupos, bem como a questões ideológicas, proporcionando sentidos, práticas, ativismo e significações para todos envolvidos.

Ativismo, questões urbanas e culturas juvenis é uma aliança fecunda. Segundo Heitor Frúgoli Junior (2018), os ativismos contemporâneos quase sempre estão ligados às questões urbanas (como os coletivos juvenis, por exemplo). Portanto, podemos perceber as questões ativistas como questões implícitas nas lutas urbanas, as quais promovem o direito à cidade pelas e para as minorias – tanto indo à rua para passeatas ou protestos quanto fazendo postagens nas redes sociais. Todas essas ações e expressões anseiam por mudanças do urbano, rasgando a institucionalidade, articulando, negociando, assimilando e re-existindo sobre aquilo que já está posto como estruturante.

Além do ativismo presencial (a ida às ruas, os protestos, ocupações de prédios, escolas e demais espaços urbanos), também é importante destacar a importância do ativismo nas redes, o qual promove laços e vínculos com o local, mas também relações globais múltiplas, criando

vínculos, afetos, socialidades e redes com coletivos e pessoas de diferentes regiões e países. Assim, podemos perceber o ativismo presente no Al Jannah mediado pela página do Instagram e do Facebook, além do site oficial do bar. Esse ativismo rompe fronteiras, traz o sentido de multiterritorialidades de Haesbaert (2003), interligando diferentes espaço a diversas pautas (cada uma com a sua bandeira). Porém, todas elas possuem algo em comum: a reverberação das minorias nas questões sociais.

As autoras Natália Alex e Denise Cogo (2017), ao analisarem um coletivo de mulheres imigrantes bolivianas em São Paulo, o “Equipe de base Warmis”, trazem à tona essas questões entre o local e o global, as conexões multiterritoriais e as ligações dessas mulheres com o seu país de origem. Também destacam a mudança de representatividade dessas mulheres migrantes no país em que estão, vistas antes como vítimas pelos meios institucionalizados e agora como protagonistas de suas jornadas. Segundo as autoras:

A visibilidade alcançada pelo compartilhamento e circulação das atividades das mulheres migrantes através do site do coletivo [...] permite que sejam conhecidas e reconhecidas como moradoras de São Paulo, percebidas como sujeitos que ocupam a cidade e participam de suas dinâmicas, modificando representações vitimizantes sobre as migrantes. (ALLES; COGO, 2017, p. 11).

Assim, ao veicular parte de sua cultura (seja no formato de vídeo ou no presencial), vinculando uma dança típica, artesanato ou comida da sua terra natal, essas mulheres, além de recriarem as suas identidades, tornam-se protagonistas e partícipes das questões de pertencimento da cidade, fazendo emergir não só questões sobre o feminino, a maternidade e o machismo, mas também questões estruturais sobre o direito à cidade, à moradia, à escola e creches para os filhos e ao trabalho com dignidade. Explicitam sua condição enquanto mulher migrante, mas também as condições de milhares de mulheres brasileiras que enfrentam os mesmos problemas.

A esse respeito, podemos perceber que o Al Jannah, também se configura como um espaço de protagonismo de refugiados, imigrantes e brasileiros, reverberando as suas lutas por pautas sociais nacionais e translocais, além de oportunizar a autorrepresentação dessas pessoas. Possuindo o seu lugar de fala e de encontro, elas constroem redes de ativismo relacionadas ao pensar, sentir e agir na cidade, fugindo da lógica hegemônica e institucionalizada. Repensam práticas do fazer urbano na coletividade em esferas locais e translocais, solidarizando-se com o

outro, independentemente da sua origem, credo, orientação sexual ou religião. Assim, são as práticas ativistas do Al Jannah, com movimentos feministas, da causa palestina, coletivos periféricos, de moradia, coletivos de refugiados (do Oriente, da América Latina, da África) etc. Todos esses grupos se articulam, com as suas pautas, culturas, representatividades e modos de existir e ser no espaço urbano. Eles encontram neste espaço coletivo um lugar possível para as suas reverberações e performances, sendo que, junto do público frequentador, constroem sentidos de um *consumo cultural ativista* (PEREIRA; BRAS, 2021).

Na seção seguinte, iremos abordar a noção de cultura, destacando a virada cultural apontada por Hall (1997) a partir da década de 1960, quando ela ganha centralidade epistêmica e na vida cotidiana, atuando como epicentro das relações humanas. Adentrando nas noções advindas dos estudos culturais, temos uma noção de cultura que prioriza os usos e apropriações por parte dos sujeitos, dinâmicas de negociação entre aspectos hegemônicos e contra-hegemônicos, partindo das mediações e não apenas dos meios, tendo em vista a importância do “homem ordinário”, dos seus grupos, repertórios, vivências locais e globais e relações interculturais e subjetivas.

3.2 A centralidade da cultura

Para analisar o Al Jannah, não apenas é necessário analisar a cultura como recurso, a experiência do consumo, o consumo atrelado à vida política, econômica e social dos indivíduos e dos grupos sociais, mas também analisar a centralidade da cultura, bem como o seu grau de importância na vida cotidiana. Pretende-se, portanto, discutir sobre as questões culturais pelo viés político, econômico, social, de classe, de etnia e de gênero. Também se busca analisar a cultura enquanto consumo, pertencente aos grupos como marcadores, como estilos de vida, bem como a relação hegemônica entre as classes. Além disso, se objetiva observar o consumo cultural como formador de identidades múltiplas e fragmentadas na pós-modernidade.

Uma pergunta que se coloca *a priori* seria: o que é cultura? Para o autor Norval Baitello (1997), a cultura é a segunda realidade do homem e dela fazem parte o vestir, os gestos, as artes, as religiões, o simbólico, os rituais. A primeira realidade apontada por Ivan Bystrina (1995) é a do homem primitivo, quando o homem é o objeto do cultivo do próprio homem, possibilitando se construir, se refazer, superando, assim, as amarras da realidade físico-biológica. Já a segunda realidade, ou seja, a cultura, é criada pelo homem para lhe dar respostas às perguntas que ele

não consegue responder, tais como: catástrofes, fenômenos, doenças, a morte etc. Sendo assim, as indagações serão sanadas no nível simbólico.

Segundo Baitello (1997), a cultura ou a segunda realidade constitui o conjunto de informações geradas e acumuladas pelo homem ao longo do tempo por meio da sua capacidade imaginativa, de inventar situações ou criar textos (verbais, visuais, musicais e gestuais). Sendo assim, entende-se que a cultura é fruto da nossa sociedade e por ela pode ser transformada. Valores que antes eram aceitáveis, hoje não são mais (e vice-versa), em um constante processo dialético. A cultura se transforma na medida em que transforma o homem; e este a transforma na medida que é transformado por ela.

Assim, o que é a cultura ou a segunda realidade? Ela é o conjunto das criações humanas: instrumentos, linguagem, símbolos e ritos que estão presentes na vida em sociedade desde os primórdios. Sem o desenvolvimento da cultura pelo homem primitivo, não existiria a continuidade da vida humana.

Os diferentes modos e significações culturais (seja a cultura de massa, erudita, popular ou alternativa) se entrecruzam naquilo que atualmente estamos vivendo, na sociedade do consumo material e midiático. Isso acontece porque a cultura conta com as suas especificidades locais e subjetivas, as quais produzem os seus usos, modos e vivências do cotidiano, trazendo elementos de identificação e de hibridização para as diferentes classes. Não podemos falar que a cultura é apenas homogeneização ou reprodução, mas, sim, uma teia de vivências, sabores, saberes, sentidos e significações presenciados pelos diferentes grupos étnicos, geracionais, de gênero, de orientação sexual, de vertente política ou religiosa, que estão vinculados a questões locais e globais. Todas essas questões atravessam, reproduzem, criam e se entrelaçam na rede da trama cultural.

Porém, essa visão acerca da cultura nem sempre foi assim. Durante um bom tempo, as Ciências Sociais e Humanas afirmavam uma ideia de homogeneização da cultura, fruto da sociedade massificada e de seus meios de comunicação (vistos de cima para baixo), com as pessoas seguindo alienadamente as classes elitizadas, nos estilos de vida, padrões de conduta, beleza, educação etc. Tal visão era parcial, pois não analisava o todo da conjuntura, não trazendo à tona como os subalternos se viam diante desses padrões, como eles criavam as identificações e projeções apenas daquilo que lhe era alheio. Não se compreendia as relações entre os indivíduos e grupos sociais, as quais não são determinantes, oriundas apenas de uma classe. Essa percepção descartava as problemáticas inseridas na cultura, tirando os sujeitos reais dos seus lugares de fala. Pontuavam apenas cópias seguidoras de ideologias, não analisando o

seu aporte cultural, sensorial, de vivências e diferenças. Todos eram englobados em um mesmo grupo social, com gostos e usos padronizados, descartando qualquer hipótese da diferença de consumo, quer seja oriunda de uma questão de classe ou do cotidiano, das identidades, das especificidades locais e culturais.

A partir dessa percepção homogeneizadora, surge nas Ciências Sociais e Humanas a noção de *cultura de massa*, associada à 2ª Revolução Industrial e, mais tarde, ao Fordismo e Taylorismo. Isso ocorre no início do século XX, contexto de uma série de avanços nas comunicações, como o surgimento do rádio, do cinema e da televisão. Essa cultura de massa teria como missão criar padrões para as diferentes classes, para que todos fossem atingidos pelo consumo supérfluo, indo além das necessidades de subsistência. Eles eram seduzidos ou talvez encantados e alienados, passando a se guiar por aquilo que era veiculado pela grande mídia.

A intenção desse tipo de transmissão de valores é abordar o maior contingente de grupos sociais, não fazendo uma distinção entre eles, mas, sim, homogeneizando-os. Mostra-se como uma visão parcial acerca do consumo e da cultura, pois não observa os vários usos criados pelos diferentes grupos sociais e indivíduos, os quais atribuem novos significados a um mesmo objeto de consumo, negociando com a hegemonia proposta pela mídia e pelos meios de produção, criando olhares e percepções através do consumo dos diferentes grupos sociais. No entanto, eles não são, de forma alguma, um todo homogêneo; ao contrário, trata-se de diferentes grupos, com as suas características específicas (culturais, locais, de classe, religião etc.).

Essa abordagem, que compreende a cultura de forma homogênea, ajuda-nos a entender e nos situar sobre o funcionamento e as intenções das indústrias culturais e da cultura massiva. Logo, podemos observar como ocorre a necessidade da criação e veiculação de padrões através dos veículos de comunicação, aumentando cada vez mais o consumo dessa grande “massa”. Porém, como já foi salientado, essa análise é um tanto parcial, uma vez que existem grupos sociais de diferentes classes, culturas, religiões e subjetividades, que traduzem na sua relação com o consumo diferentes desejos, anseios, competências culturais, simbólicas e intelectuais. Traduzem em seu consumo novos significados, através do ato da compra, dos usos, das experiências e das escolhas.

Perceber a relação cultura-consumo de modo heterogêneo é fundamental, pois, a partir dessa perspectiva, podemos observar como os indivíduos e suas identidades múltiplas e fragmentadas (HALL, 2000) – ou, como bem destaca Máximo Canevacci (2009), os “multivíduos” – estão em contínuo processo de autoconstrução de suas identidades. Estas, por sua vez, devem ser vistas pela ótica das interseccionalidades. Sendo assim, não podemos

acreditar apenas na homogeneização. Ela existe, mas também existem os aspectos contra-hegemônicos, negociando, ressignificando, experienciando, performatizando, em um constante processo de vir a ser.

Ainda falando sobre a perspectiva homogeneizadora, o conceito de indústria cultural, criado por Adorno e Horkheimer (2006) durante a Segunda Guerra Mundial, complementa e aprofunda essa visão. Na época, esses autores observaram uma produção cultural em massa, a qual acabou transformando aquilo que era arte em produto homogeneizado e vendável para o grande público. Em tom crítico, Adorno e Horkheimer viam a indústria cultural com negatividade, pois ela teria acabado com a ideia de arte, já que música, cinema e teatro, por exemplo, tornaram-se produtos feitos em série (para a venda e compra). Deixaram de ser uma arte transformadora e conscientizadora, passando ao status de mercadorias. Logo, perderam o sentido reflexivo, criador e crítico (por parte do artista e do consumidor). Segundo os autores, todas as artes estão atreladas à vontade da ideologia capitalista: “assim, a indústria cultural, o mais inflexível de todos os estilos, revela-se justamente como a meta do liberalismo, a qual se censura a falta de estilo.” (ADORNO; HORKEHEIMER, 2006, p. 121).

É apenas na década de 1960 que essa visão homogeneizadora acerca da cultura irá mudar, indo contra a corrente determinista da produção mercadológica. A cultura assumiria novos papéis, que lhe atribuem centralidade, deixando de ser meramente entendida como determinada pelas estruturas sociais e econômicas. Tal mudança ocorre muito em função da fundação do Centro de Estudos Culturais Contemporâneos na Universidade de Birmingham, tendo como precursores dos estudos culturais os autores Raymond Williams, Richard Hoggart e Edward Thompson. Esses autores observaram que, a partir da abordagem do homem comum ou ordinário, era necessário olhar e atentar para o cotidiano, para a compreensão das relações. Estas relações não apenas ocorriam através das instituições ou dos meios de comunicação hegemônicos, mas também através das relações diárias, como a vida familiar, as vivências nas feiras, nas festividades, na ida ao mercado, nas noites nas tavernas. Todas essas relações são permeadas pela cultura ordinária, ou seja, a do homem comum em seu cotidiano. Antes, essa forma de cultura era vista pelos estudiosos como algo sem valor. A partir dos estudos culturais ingleses, no entanto, passam a observar a sua relevância para a compreensão da cultura e do consumo, em negociação e luta por hegemonia, atravessados e vinculados com as práticas da vida diária.

A partir desses primeiros estudos, outros se seguiram, fazendo com que a cultura fosse tendo cada vez mais o seu grau de importância nas análises sociais e comunicacionais. Segundo Hall (1997),

a análise social contemporânea passou a ver a cultura como uma condição da vida social, ao invés de uma variável dependente. Hall (1997, p. 29) nomeia esse processo de “virada cultural”, ou seja, ao invés de a cultura ser coadjuvante ou mero reflexo dos processos sociais, políticos e econômicos, ela passa a ser o epicentro de tais questões: “a virada cultural se amplia para a vida social como um todo. Processos econômicos e sociais dependem de significados e possuem consequências em nossa maneira de viver, também devem ser vistos como práticas culturais.”.

Hall (1997) aponta que, além da cultura fazer parte das questões econômicas, com os bens materiais e culturais, ela também está vinculada às esferas de poder, fazendo parte das políticas públicas (incluindo as políticas neoliberais). A esse respeito, ele afirma que “a principal investida em relação à cultura tem sido a de retirar do Estado suas responsabilidades na regulamentação dos assuntos culturais e abrir a cultura, paulatinamente, ao jogo livre das forças do mercado.” (HALL, 1997, p. 36). Assim, o setor privado também faz parte dessa relação de poder, estabelecendo o que e como será aceito, através de um filme, novela, série, música, peças teatrais etc.

Como já destacado por Adorno e Horkheimer (2006), a arte acaba se tornando uma mercadoria. O artista perde a dimensão de sua obra, repassando-a para as mãos mercadológicas, seja do editor, do diretor, do produtor. Porém, apesar de existir a lógica do mercado, não podemos perder de vista o que os Estudos Culturais observaram. É no momento da utilização pelos sujeitos, pelo homem ordinário, que surgem novos significados atribuídos para uma mesma mercadoria, os quais fogem da teia hegemônica de poder. Nas palavras de Martín-Barbero (1987, p. 107):

Se algo nos ensinou é a prestar atenção à trama: que nem toda assimilação do hegemônico pelo subalterno é signo de submissão, assim como a mera recusa não é de resistência, e que nem tudo que vem “de cima” são valores da classe dominante, pois há coisas que vindo de lá respondem a outras lógicas que não são as da dominação.

Como podemos observar, foi delegado para a cultura diferentes concepções. Antes, era entendida apenas como sinônimo de costumes, ritos, regras e normas de um povo; agora, faz parte das questões econômicas e financeiras, abrangendo projetos políticos e articulando sentidos, conflitos e brechas. Também ajuda a resolver problemas sociais, desenvolvendo o turismo, criando empregos, educando as pessoas, transformando os espaços sociais, criando campo para as diferentes vozes da democracia, amplificando vozes das

minorias e diminuindo a criminalidade. A cultura, mais do que substantivo, é também um instrumento de compreensão das relações sociais e do mundo, tornando-se fundamental para a compreensão de uma dada sociedade. Por estar em constante disputa, pode servir como mantenedora do status quo ou como um campo para o debate contra-hegemônico.

A esse respeito, George Yudice (2004) coloca em questão o porquê de os poderosos quererem financiar a cultura. Segundo o autor, a cultura, quando desenvolvida em dada sociedade, traz uma série de benfeitorias, transformando um bairro, cidade, estado ou país em um ambiente estável para os negócios. O autor afirma que “[...] as instituições culturais e financiadoras estão cada vez mais voltados para a medida da utilidade, pois não há outra legitimação aceita para o investimento social.” (YUDICE, 2004, p. 34). A cultura não apenas passa a ser importante nos meios acadêmicos e como episteme, mas também nas questões mercadológicas e políticas – contexto no qual têm muito mais investimento, principalmente quando atrelado às políticas públicas para atender um “tipo de cultura de mercado”, vinculado ao turismo ou às mídias oficiais. Nesse sentido, pouco se investe em artistas ou coletivos de artistas alternativos. Alguns ficam à mercê de raros ou escassos programas de fomento público; outros, trabalham por conta própria, na rua, em espaços culturais ou em bares e restaurantes, como o Al Jannah, que oferece um espaço de abertura para esses artistas. Através de sua arte, eles buscam encontrar brechas, representando todos aqueles esquecidos de alguma forma pelas políticas públicas e privadas.

É importante salientar o quanto a cultura é vinculada à cidadania, valorizando as identidades de diferentes grupos sociais e dando voz às minorias, o que permite que reivindiquem seus direitos. A esse respeito Yudice cita Benmayor, afirmando que:

[...] uma vez que a cultura é o que “cria o espaço onde as pessoas se 'sentem seguras' e 'em casa' onde elas se sentem como pertinentes e partícipes de um grupo, de acordo com essa perspectiva, ela é condição necessária para a formação da cidadania. (FLORES, 1995, p. 15 apud YUDICE, 2004, p. 43).

Nesta discussão sobre cultura e suas possibilidades de criar formas de cidadania, é importante trazer conceitos e reflexões de Jesús Martín-Barbero (1987). Ao abordar as dinâmicas de disputas entre forças hegemônicas e contra-hegemônicas, o autor aponta para a força das mediações, ou seja, das relações sociais, dos vínculos entre os indivíduos (em formas religiosas, familiares, da cotidianidade, estudantis, amorosas, esportivas etc.). Segundo o autor,

as mediações participam dessas disputas hegemônicas, uma vez que as pessoas ressignificam a partir das suas culturais locais, tornando-os algo mais palatável à sua cultura. Vemos uma articulação dessa ideia com as noções de Raymond Williams (2011, p. 8), ao afirmar que a cultura diz respeito aos sentidos comuns, “o produto da experiência pessoal e social inteiramente comprometida de um homem [...] Estes sentidos [...] são construídos enquanto vivemos, são construídos e reconstruídos de maneiras que nós não podemos saber antecipadamente”. Sendo assim, devemos perceber a relação entre os meios e as mediações como uma relação na qual existe negociação, dominação, apropriação e rejeição. Isso porque em alguns momentos estamos vivenciando situações hegemônicas, estando a classe dominante nas estruturas de poder, mas, em outros, temos os dominados, utilizando o espaço de um outro (do dominador) e reinventando o seu próprio, sendo um processo dialógico, de conflito, resistência e negociação.

Michel de Certeau (1990, p. 3), ainda que não fale em meios e mediações, aponta questões convergentes, afirmando “[...] o que é que o consumidor fabrica com essas imagens e durante essas horas”. Segundo De Certeau (1990), mesmo o discurso sendo de caráter dominante, as pessoas podem se apropriar dele, fazendo uma releitura dele. Para exemplificar isso, ele observa a colonização espanhola na América, na qual mesmos os indígenas “[...] subjugados, ou até consentindo, muitas vezes esses indígenas usavam as leis, as práticas ou as representações que lhe eram impostas pela força ou pela sedução, para outros fins, que não os dos conquistadores.” (DE CERTEAU, 1990, p. 94). O autor pontua que o mesmo acontece no uso que os meios populares fazem das culturas difundidas pela elite. Isso salienta seu diálogo com Williams (2011), que afirmava que, no seio das sociedades, existem as disputas hegemônicas e que, no seio da cultura dominante, existe a potência do emergente, questionando esses valores, como também trazendo novas interpretações, além dos residuais, os quais reafirmam os seus valores através das tradições.

Nesse jogo hegemônico, existe o conflito e as negociações entre o que Michel de Certeau (1990) chamou de “estratégia” e “tática”. Estratégia é o lugar do poder, ou seja, “[...] são, portanto, ações que, graças ao postulado de um lugar de poder (a propriedade de um próprio), elaboram lugares teóricos (sistemas e discursos totalizantes), capazes de articular um conjunto de lugares físicos onde as forças se distribuem.” (DE CERTEAU, 1990, p. 102). Já as táticas dizem respeito ao homem ordinário, o qual não possui um lugar para a sua existência: utiliza dos meios e espaços do “outro” (dominador), muitos dos quais são institucionalizados

ou hegemônicos. Em sua capacidade de se reinventar, recria algo novo, que foge a tais regras e ditames condescendentes aos do poder. Sobre isso, De Certeau (1990, p. 100) afirma:

A tática não tem por lugar, senão o do outro. E por isso deve jogar com o terreno que lhe é imposto, tal como organiza a lei de uma força estranha [...] A tática é o movimento dentro do campo de visão do inimigo [...] e no espaço por ele controlado [...]. Esse lugar lhe permite sem dúvida mobilidade, mas uma docilidade aos azares do tempo.

A esse respeito, Martín-Barbero (1987, p. 115) faz a sua análise acerca da hegemonia, afirmando:

Popular é o nome para uma gama de práticas inseridas na modalidade industrial, ou melhor, o “lugar” a partir do qual devem ser vistas para se desentranharem suas táticas. Cultura popular fala então não de algo estranho, mas de um resto e um estilo. Um resto: memória da experiência sem discurso, que resiste ao discurso e se deixa dizer só no relato. Resto feito de saberes inúteis à colonização tecnológica, que assim marginalizados carregam simbolicamente a cotidianidade e a convertem em espaço de uma criação muda e coletiva. E um estilo, esquema de operações, modo de caminhar pela cidade, habitar a casa, de ver televisão, um estilo de intercâmbio social, de inventividade técnica e resistência moral.

Como pontuado por Williams (2011), De Certeau (1990) e Martín-Barbero (1987), a cultura vive nesse campo de forças, do qual os produtores e receptores fazem parte. Logo, nem tudo é pura e simplesmente dominação, pois também negociam ou entram em conflito pela luta da hegemonia. Nesses conflitos e lutas pela hegemonia, temos os indivíduos formam as suas identidades. A esse respeito, Hall (2011) destaca que as identidades são múltiplas e fragmentadas, pois, além das questões tradicionais subjacentes, também faz parte de um movimento entre o local e o global, entre as estruturas sociais e de poder (de classe, cor, gênero, cultura, ideologia política, religião etc.). Por isso, são identidades que estão em constante movimento. Hall (2000, p. 108) destaca que:

[...] as identidades não são nunca unificadas; que elas são, na modernidade tardia, cada vez mais fragmentadas e fraturadas; que elas não são, nunca, singulares, mas multiplamente construídas ao longo de discursos, práticas e posições que podem se cruzar ou ser antagônicos.

Isto posto, devemos perceber a cultura como algo dialógico. No momento que está sendo feita, no momento da sua realização, temos as negociações, dominações, representações, recriações, que, a partir dessas relações de forças, se configuram as identidades múltiplas e fragmentadas. A respeito da multiplicidade de fatores e cruzamentos presentes nas identidades fragmentadas, Martín-Barbero (1987), ao escrever o livro “Dos meios às mediações”, pontua que obteve uma diferente percepção dos meios (até então não abordada pela esquerda). Observa de que forma eles fazem as pessoas questionarem a sua realidade social e o quanto esse diálogo, entre os meios e as mediações, se faz em uma relação de troca. A esse respeito, em entrevista dada a Maria Immacolata Lopes, Barbero afirma que:

Comecei a me dar conta que a televisão norte-americana foi o ator que mostrou o divórcio como direito sociocultural, mostrou que as mulheres tinham outro estatuto social. E isso jamais havia sido apreendido pela esquerda como uma contribuição para tornar mais livres e laicas nossas sociedades. Assim, quando a constituição colombiana declarou que o país tinha uma sociedade não confessional, que é uma forma indireta de dizer que a sociedade é realmente laica, de separação entre Igreja e Estado, havia muito que agradecer à televisão norte-americana, porque ela, com suas séries, mundializou as pessoas, com os divorciados, os homossexuais, pois criou um ambiente que fez parecer possível e desejável aquilo que a religião havia proibido como antinatural. (LOPES, 2009, p. 9).

Observamos a potencialidade dos meios como transformadores de valores sociais, como possibilitadores para a ampliação da cidadania entre grupos minoritários, fazendo com que os indivíduos questionem as estruturas de poder ideológico, estrutural.

Além de verificarmos as questões de percepção das mediações em relação aos meios. Não devemos perder de vista que esses grupos identitários trazem as suas releituras e subjetividades. A esse respeito, Wesley Pereira Grijó (2014), ao analisar a relação das interseccionalidades na recepção das telenovelas brasileiras no quilombo urbano da família Silva, percebe essa relação subjetiva em seus estudos etnográficos, ao estudar duas irmãs negras assistindo novelas que representavam o negro na sociedade brasileira. Mesmo fazendo parte de uma mesma classe social, raça, gênero e família, a filha 1 e a filha 2 observaram diferentes situações sobre o papel do negro posto nas novelas. O autor destaca que essa diferença se deve à geração, ao grau de estudo, bem como às questões subjetivas.

Para a **Filha 1**, a lembrança da personagem está mais ligada a uma questão de classe, por ser uma empregada doméstica carismática, com influência na vida dos outros personagens brancos, sem qualquer menção à relação étnica da negritude. Já nas lembranças das telenovelas antigas pela **Filha 2** há uma percepção mais ligada às questões étnicas. Inclusive, questionando a presença dos negros apenas como personagens destinados para alguns tipos de papéis como escravos e empregadas domésticas. (GRIJÓ, 2014, p. 206, grifos do autor).

Além disso, a filha 1 e a filha 2 observaram que as telenovelas romantizavam o cotidiano das pessoas negras, deixando de ressaltar os estigmas e preconceitos enfrentados por elas, dando a falsa sensação de uma democracia racial. Dito isto, podemos observar que as subjetividades estão presentes no consumo e na recepção dos meios e suas formas de apropriação. É possível verificar as representações criadas pelos sujeitos trazendo à tona as relações de conflito, questionamentos e valores perpassados pelos meios, os quais, nesse caso, não condizem totalmente com a realidade das pessoas negras na sociedade brasileira.

Elas identificam nas tramas que os afrodescendentes praticamente não presenciam as situações de preconceito e exclusão étnica com as quais elas convivem cotidianamente. Isto elas questionam, pois comparam a situação dos negros nas telenovelas com a vida real, visto que têm experiências em que presenciaram ou foram vítimas de preconceito racial. Neste aspecto, destacam sentir falta da discussão quando é retratada a vida de um afrodescendente. (GRIJÓ, 2014, p. 209).

A respeito dessa interlocução entre os meios e as mediações, bem como as releituras feitas pelos sujeitos, que dialoga com as questões de classe, etnia, gênero, religião, capital intelectual, cultural, identidades e subjetividades, Martín-Barbero (1987, p. 301) afirma:

Não somente a classe social é que fala nos usos, mas também a competência cultural dos diversos grupos que atravessa as classes, pela via da educação formal, com suas distintas modalidades, mas sobretudo pela via dos usos que configuram etnias, culturas regionais, “dialetos” locais e distintas mestiçagens urbanas em relação àqueles. Competência que vive da memória - narrativa gestual, auditiva - e também dos imaginários atuais [...].

Portanto, deve-se perceber a cultura além da visão tradicionalista, seja de maneira mais antropológica (como rituais e símbolos) ou massificada, homogeneizada, vinculada aos meios de produção utilitaristas e aos meios midiáticos. Não há que percebê-la como coadjuvante, mas,

sim, como centro de todas as questões que norteiam as práticas e usos materiais, simbólicos e culturais das sociedades. Na esfera local ou global, a cultura está intrínseca ao homem. Observamos, como afirmado anteriormente, as estratégias e táticas do homem ordinário, a influência do seu cotidiano, da sua subjetividade, bem como das interseccionalidades no processo de recepção midiática, que vai muito além da mera reprodução. Trata-se de uma re-existência por meio de formas estéticas, do pensar, do falar, do agir, do corpo, dos espaços, reconfigurando outras formas possíveis de existência, as quais fogem das hegemônicas e massificantes.

3.3 Cultura como consumo: cidadania, identidades, distinções e hibridizações

Tendo como pressuposto essa noção de cultura, é importante esmiuçar suas relações com o consumo, perpassando as relações de classe e observando a apropriação dos bens simbólicos, bem como a troca, o conflito e a negociação. Além disso, é preciso perceber o quanto essa cultura do consumo está presente no processo de construção e formação das identidades na pós-modernidade e na contemporaneidade. Lipovetsky (2007) observa que o consumo está presente na maioria de nossas ações (senão em todas), perpassando as relações interpessoais. O consumo atinge todos os estágios de nossa vida. São raros os espaços não atingidos por ele.

Pouco a pouco, o espírito de consumo conseguiu infiltrar-se até na relação com a família e a religião, com a política e o sindicalismo, com a cultura e o tempo disponível. Tudo se passa como se daí por diante, o consumo funcionasse como um Império sem tempo morto cujos contornos são infinitos. (LIPOVETSKY, 2007, p. 14).

Mais recentemente, graças a essa cultura do consumo construída na modernidade, noções de cidadania, inclusão e acesso passam a ser disputadas, deslocadas e, inclusive, repensadas. Pode-se argumentar que, devido ao consumo exacerbado, atualmente as pessoas não são vistas como cidadãs, mas, sim, como consumidoras. Trata-se da promessa capitalista de conforto material, afetivo, político e social. Nas palavras de Raymond Williams (2011, p. 255), “é como consumidores que a maior parte das pessoas é vista. Somos o mercado que o

sistema de produção industrial organizou. Somos os canais pelos quais o produto é escoado e desaparece.”.

A partir da visão de identidade pós-moderna, Canclini aponta que elementos de hibridizações, conexões econômicas, tecnologia, translocalidades, consumo e cultura estão presentes na formação das identidades contemporâneas. Estas são cada vez menos fixas em uma nação, território ou partido. Ao contrário, dialogam com uma infinidade de fragmentações, seja pela mídia, pelo mercado ou pelo consumo. Assim, para pensarmos a cidadania, há que se perceber as identidades na contemporaneidade, observando o seu diálogo com a política (indo além das instituições). Há uma relação intrínseca com os modos de consumo e com os veículos de informação, os quais também ressignificam essas identidades. A respeito disso, Canclini (1999, p. 55) afirma que “[...] devemos nos perguntar se ao consumir não estamos fazendo algo que sustenta, nutre e, até certo ponto, constitui uma nova maneira de ser cidadãos.”.

Mas isso nem sempre foi assim. Segundo Maria Eduarda Mota da Rocha (2011), a relação da sociedade ocidental com o consumo foi se alterando ao longo do tempo: antes, pregava-se um ideal calvinista, repleto de abnegações, contra gastos excessivos e a favor do acúmulo de capital; já a sociedade pós-industrial está a favor dos gastos, do luxo e do consumo exacerbado em busca do hedonismo, sendo a publicidade um fator importante. Sobre isso, a autora afirma que, “distanciando-se cada vez mais de uma ética puritana, essa cultura institucionaliza a busca de sensações e a vivência de emoções no âmbito do consumo, convertido, antes de tudo, em consumo de imagens.” (ROCHA, 2011, p. 166).

Stuart Hall (2011, p. 30) também observa essa mudança, afirmando que “a Reforma e o Protestantismo que libertaram a consciência individual das instituições religiosas da Igreja e a expuseram diretamente aos olhos de Deus, do Humanismo Renascentista, que colocou o homem no centro do universo.”. Foi só após o Renascimento, as Reformas Protestantes e o Iluminismo que tivemos a elaboração e ascensão do indivíduo. Ele é centrado no sujeito cartesiano, que se fundamenta pela busca da razão através do método científico, cada vez menos dependente do Estado e da Igreja. Esse sujeito foi o propulsor para que ocorresse a evolução da técnica e, juntamente com ela, as revoluções burguesas e industriais. Isso modifica todo um modo de ser, de produzir e de circular as mercadorias, como também de pensar e fazer política, com as novas democracias liberais. As vivências nos grupos sociais são transformadas, dando ênfase ao indivíduo, cada vez mais centrado em si.

Hall (2011) ainda observa que as identidades na pós-modernidade não estão associadas a um centro sólido como a Igreja, o Estado, a família ou a vivência em grupos ou diferentes

classes. Ao contrário, se encontra fragmentada em diversos grupos. Hoje, um mesmo indivíduo pode desempenhar várias identidades, não precisando se autoafirmar em apenas uma.

O sujeito pós-moderno, conceitualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade torna-se uma “celebração móvel” formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. [...] Os sujeitos assumem identidades diferentes em diferentes momentos. (HALL, 2011, p. 26).

Observando essa relação das identidades com o consumo (para além das mercadorias), Rose de Melo Rocha (2008) destaca o consumo também como formador de vínculos afetivos, articulado ao estético, aos sentidos, ao simbólico, ao ideológico e ao político. É como se fosse uma metanarrativa que vai se criando em torno do sujeito, que, ao consumir um produto (uma roupa, uma música, um livro etc.), também constrói a sua identidade (para si e para o outro). Portanto, consumir é algo muito mais complexo do que imaginamos. Perpassa questões políticas, culturais, ideológicas, de gostos, midiáticas, locais e globais. Nas palavras de Rocha (2008, p. 128), consumir:

[...] ultrapassa a posse de bens, especialmente se, como aqui insistimos atribuir-se ao consumo uma possível dimensão política. Consumir, neste caso, é a posse de uma atitude de natureza quase metanarrativa. Consumir equivale, assim, a consumir um modo de consumir.

Como já pontuado, devemos perceber o consumo como um ato com sentidos políticos, metanarrativos, culturais e simbólicos. É algo que ultrapassa o simples ato da compra ou do uso, tornando-se pertencente à esfera das significações e símbolos identitários. Sendo assim, podemos destacar que o consumo tem uma função política, como salienta Canclini (1999). É através do consumo que exigimos os nossos direitos e levantamos bandeiras. Assim, quando acreditamos em determinadas pautas, passamos a defendê-las e a participar de toda uma rede de articulações com pessoas de diferentes gostos, culturas, identidades, religiosidades, vieses políticos e ideológicos, mas que, a partir de um nó, se cruzam, começando a formar grupos. Estes se articulam, gerando cada vez mais futuras redes.

Tudo isso se deve ao ato de consumir, pois, a partir dele, o indivíduo mantém vínculos com as demais pessoas de diferentes redes, conhece contextos novos, se constitui como sujeito

(ao mesmo tempo em que essas construções em rede acontecem). O consumo em suas dimensões políticas, seja presente em uma música ou de forma mais ampla em relações de comércio como no Al Jannah, é algo que possui uma complexidade, como afirma Rocha (2008, p. 129): “consumo é cultura [...] e nada mais essencial político do que isto. Na base das desigualdades e na origem das possibilidades de resolvê-las lá está ele, o consumo. De cultura, de produtos, de atitudes, de visões de mundo.”.

Comentado [3]: Rocha

Para além dessas questões, devemos observar também que existe uma cultura de consumo. Mike Featherstone (1995) destaca que, durante muito tempo, ela foi usurpada pela imagem da Indústria Cultural, a qual criava padrões e estilos de vida para serem consumidos por uma massa homogênea, sem diferenciação, subjetividade e especificidade. Tal visão, segundo o autor, nega o indivíduo, a recepção deste e os usos que realiza com as mercadorias. Nega-se todo um movimento de troca entre consumidor e sistema de produção, privilegiando apenas produção, homogeneização e consumo. Neste ciclo, se esquece dos sentidos, das simbologias, das diferenciações de classe, das individualidades e das experiências que cada um tem com os objetos desta produção. Featherstone (1995, p. 34), ao mencionar os autores Horkheimer e Adorno, enfatiza que:

[...] a tendência da Escola de Frankfurt, de considerar as indústrias culturais como produtoras de uma cultura de massa homogênea que põe em risco a individualidade e a criatividade, tem sido criticada por seu elitismo e incapacidade de examinar processos reais de consumo que revelam reações e utilizações dos bens diferenciadas e complexas da parte do público.

É claro que o consumo cultural e midiático impõe valores, modelos e padrões de vidas ao público, através de um anúncio publicitário, novela, filme ou reportagem. Porém, é importante perceber o que as pessoas fazem com essas mensagens, produtos e mercadorias, quais são os usos de fato que tal mercadoria terá. Muitas vezes, transcendem os usos que a indústria estipula, pois a recepção depende do consumidor, que é interpelado em suas múltiplas identidades (vinculadas à etnia, classe, gênero, orientação sexual, religião, viés político etc.).

Vale pensar o que essas identidades múltiplas e fragmentadas (HALL, 2000) fazem nos usos e consumos das mercadorias; de que forma as diferentes subjetividades se apropriam dos bens simbólicos e materiais; e como geram uma experiência individual e coletiva através da experiência do consumo. Os sujeitos realizam apropriações diferenciadas e múltiplas, para além de uma visão homogeneizadora. Assim, é preciso observar o consumo atravessado pelas

identidades, as quais denotam questões locais, globais, geracionais, de classe, etnia, ideologia etc.

Observamos que o consumo não desempenha apenas um viés ideológico homogeneizador da indústria e da publicidade, mas também desempenha o papel de contribuição na formação de identidades e socialidades entre os indivíduos e os diversos grupos em que estão inseridos. Percebe-se, assim, que não existe apenas a dominação ou manipulação da indústria ou da mídia, mas uma relação entre indústria, mídia e sujeitos (podendo ser conflituosa, passiva, negociada ou negada). A esse respeito, Marcos Rodrigues Lara afirma (2008, p. 41) que:

Ao contrário de ser visto como alienação, falta ou perda de autenticidade e um processo individualista e desagregador, o consumo gera identidades nessa faixa etária. [...] Ao contrário do que se imagina, que esses jovens apenas copiam os padrões de consumo, há uma dinâmica entre o que é imposto como moda e a forma como tais propostas são absorvidas.

O consumo, nas palavras de Lara (2008, p. 142), “aparece como instrumento que vincula socialmente os indivíduos, dando-lhes um conjunto de características que os distinguem e os individualizam.”. O consumo gera identidade para si e para os outros, como já foi destacado pelas autoras Rocha e Pereira (2018). Tudo aquilo que consumimos (seja material, simbólico, cultural ou imaterial) está implicado em uma autorrepresentação dos indivíduos ou dos multivíduos (CANEVACCI, 2009). Esse consumo material e simbólico tem a ver com os gostos, com os usos, podendo estar vinculado a um pertencimento identitário de classe, etnia, gênero, religião, ideologia etc.

Isso ocorre através das relações midiáticas e cotidianas atravessadas pelas relações construídas entre as dimensões locais e globais. João Freire Filho (2003) observa a relação da cultura do consumo criando estilos de vida, identidades coletivas, subjetivas e padrões de consumo, afirmando que os estilos de vida influenciam tanto os padrões de consumo como o processamento de diferentes formas de ação de marketing. Em diálogo com esta noção, Featherstone (1995, p. 119) afirma:

No âmbito da cultura de consumo contemporânea ela conota individualidade, autoexpressão e uma consciência de si estilizada. O corpo, as roupas, os discursos, os entretenimentos de lazer, as preferências de comida e bebida, a

casa, o carro, a opção de férias etc. de uma pessoa são vistos como indicadores da individualidade do gosto e o senso de estilo do proprietário/consumidor.

João Freire Filho (2003) e Mike Featherstone (1990) dialogam acerca do consumo para além da visão puramente ideológica (tão comum sobre o tema), enfatizando a percepção dos estilos de vida que vão além das estruturas de classes. Não é algo já definido, mas, sim, um processo de construção ao longo da vida, sendo fruto das suas escolhas, possuindo plasticidade e dinâmica. Nas palavras de Freire Filho (2003, p. 3):

[...] qualquer pessoa pode, em tese, trocar de estilo de vida, ao mudar de uma vitrine, um canal de televisão, uma prateleira de supermercado para outra. Não mais fixamente localizados na sociedade por conta de sua linhagem, casta ou classe, os indivíduos estariam impelidos a escolher, construir, sustentar, interpretar, negociar e exhibir quem devem ser ou parecer.

Os autores Freire Filho (2003) e Featherstone (1990) não negam o poder da homogeneização; porém, enfatizam o processo de adaptação, observando como os discursos dominantes se apropriam das culturas locais, do popular, do carnavalesco, atingindo a sua proximidade com as classes subalternas, bem como interagindo com as classes médias nesse processo. Apesar dessa hibridização estar condicionada às questões mercadológicas, pode-se perceber que as mídias, bem como os meios de produção, sempre se utilizaram das culturas ordinárias a fim de se reinventarem, dialogando com elas para que possam continuar na linha de frente do consumo. Sobre isso Featherstone (1995, p. 116) afirma:

A partir da década de 60 [...] os elementos da tradição carnavalesca destacados para a arte e conservados em locais e espetáculos da cultura de consumo e na mídia do cinema e televisão, agora dispõem de plateias maiores de classe média que se afastaram da estrutura da personalidade mais rígida [...] e estão mais capazes de enfrentar emoções ameaçadoras. Com efeitos frágeis da nova classe média foram mais educadas para o controle controlado das emoções e as sensibilidades e gostos que sustentam a apreciação mais da estetização da vida cotidiana.

Para analisarmos essa cultura do consumo, devemos abordar o consumo para além da sua utilidade, como algo simbólico, já presente no cotidiano das pessoas. O consumo faz com que se sintam pertencentes (ou não) a um determinado grupo, a partir dos signos atribuídos a

ele. De forma subjetiva, se estabelece uma identidade temporária para si, mesmo que, depois de algum tempo, essa identidade seja descartada porque ficou fora de moda ou porque o indivíduo já não a associa com coisa alguma. Nas palavras de Featherstone (1995, p. 122), “o consumo, portanto, não deve ser compreendido apenas como consumo de valores de uso, de utilidades materiais, mas primordialmente como consumo de signos.”.

Nesse sentido, vemos práticas de consumo que se articulam com a formação de identidades fragmentadas e diaspóricas, como encontramos no Al Jannah, como espaço translocal, multiterritorial (HAESBAERT, 2003) e coletivo (CAIAFA, 2005). O Al Jannah coaduna esses atravessamentos e fluxos identitários e urbanos, perfazendo os espaços e as subjetividades em sentidos outros, que, a partir da arte, do ativismo, da cidadania e da re-existência, geram sentidos de consumos mais alternativos aos padrões massivos.

Sobre o consumo e a distinção de classes, Bourdieu (2011), afirma que devemos analisar o campo da cultura do consumo como algo baseado no *habitus* estruturado pelas condições de classe. Este *habitus* criaria uma distinção de gostos e estilos de vida baseada em grande parte na divisão de classes. Por questões econômicas, culturais e intelectuais, a elite teria uma forma de consumo cultural diferente das classes média e popular. Assim, teatros, óperas e museus estariam reservados para algumas pessoas, como algo quase naturalizado, algo que “vem de berço”. O mesmo não se aplicaria às demais classes, pois não desenvolveram esse *habitus*. Para Featherstone (1995), essa visão deve ser redimensionada e contestada, pois naturaliza estilos de vida associados a questões econômicas em um viés determinista e condicionador do capital cultural e intelectual. Assim, na visão de Bourdieu (2011), uma pessoa da classe popular não teria o hábito de frequentar ópera, pois seu *habitus* não lhe permitiria esse hábito cultural.

Dessa forma, estamos encarando os meios de produção como pré-condição para uma vida intelectual, cultural, social e política. Estamos utilizando o viés ortodoxo do marxismo, enfatizando uma demarcação entre as classes, os gostos e as formas de consumo cultural, afirmando uma diferenciação intransponível que categoriza a cultura. Essa visão esquece o cruzamento entre as fronteiras culturais, as hibridizações (CANCLINI, 2001), a relação de troca entre as culturas, como também deixa de abordar a relação de resistência e negociação de luta pela hegemonia. A respeito disso, Martín-Barbero (1987) demonstra como essas culturas popular e dominante se cruzam, se tocam e estabelecem uma relação de troca, negociação, resistência e conflito, a partir da cultura massiva. Assim, podemos observar não só elementos do popular, do carnavalesco, como também elementos dominantes se entrecruzando e se ressignificando.

Partindo-se daí, descobrir-se-ia não só que a cultura massiva não ocupa uma e somente uma posição no sistema das classes sociais, mas que no próprio interior dessa cultura coexistem produtos heterogêneos, alguns que correspondem à lógica do expediente cultural dominante, outro que corresponde a demandas simbólicas do espaço cultural dominado. (MARTIN-BARBERO, 1987, p. 311).

Portanto, devemos olhar o consumo cultural para além de um marcador de classes, da visão de manipulação e alienação de uma classe sobre a outra, pois a cultura do consumo também convive com as relações hegemônicas e contra-hegemônicas: “nem toda forma de consumo é interiorização dos valores das outras classes. O consumo pode falar e fala nos setores populares de suas justas aspirações a uma vida mais digna.” (MARTIN-BARBERO, 1987, p. 289). Assim, a relação dos indivíduos com os bens de consumo é perpassada por relações de produção, de poder, de direito, de cidadania e de identidade. A esse respeito, Pereira (2017 a) aponta um consumo cultural presente no cotidiano das pessoas como algo indubitável, pois, além de fazer parte da sua identidade, se torna o seu ganha pão. Ou seja, são produtores e consumidores ao mesmo tempo:

Garcia Canclini e outros (2012) atentam para as experiências juvenis em cidades como Cidade do México e Madri, apontando para o quanto jovens de camadas médias, com conhecimentos em tecnologia e algum nível educacional têm reconfigurado as cenas e circuitos culturais destas localidades, atuando como empreendedores culturais que, na conjuntura atual de precarização dos empregos entre os mais jovens, desenvolvem atividades ligadas ao mundo da cultura e do urbano (música, *design*, editoração, artes plásticas, etc.) trabalhando por projetos temporários, em redes associativas, em forma de colaboração, autogestão e compartilhamentos de *expertises* em que a clássica divisão entre produtores e consumidores já não se mostra tão evidente. (PEREIRA, 2017 a, p. 6).

Podemos nos perguntar, então: o que seriam as dimensões culturais do consumo? Seria aquilo que ultrapassa os valores materiais de uso, em uma relação intrínseca com o simbólico, que entrecruza a fronteira entre as classes. Está presente na relação de produção e recepção, criando tanto homogeneização como apropriação e resignificação. Está presente nas atuais democracias como um estado de direito dos indivíduos enquanto cidadãos, gerando identidades múltiplas e construindo graus de pertencimento subjetivo e coletivo. Como pontua Marcos Rodrigues Lara (2008), para além das questões de manipulação, temos o consumo para atender

às necessidades subjetivas. Principalmente no que se refere ao consumo dos jovens. O autor afirma:

Na sociedade de consumo, mesmo nas camadas mais populares, valoriza-se o novo, assumindo -se sem constrangimento o prazer na mudança e no efêmero. Nessa sociedade, abandona-se o primado da lógica de classes, emergindo a era das motivações íntimas e existenciais, da gratificação psicológica, do prazer para si mesmo, que fomentam um interesse pela estética, pela imagem, pela qualidade e pelo prazer, em uma postura francamente narcisista. (LARA, 2008, p. 146).

Rocha (2011) dialoga com Lara (2008), pois, para ela, o consumo está vinculado às nossas subjetividades e identidades na pós-modernidade e cumpre a tarefa de criar sentidos de pertencimento e identificações sociais. A autora afirma:

Esse mesmo consumo banalizado, para muitos é o que resta para compensar as frustrações produzidas pelo trabalho alienado e para ocupar uma vida cotidiana que carente de tempo, espaço e sociabilidade, faz dos objetos uma novidade em meio a repetição[...] através deles também dizemos quem somos, para nós e para os outros. (ROCHA, 2011, p. 16).

É importante destacar que, apesar de existir uma certa hibridização presente na produção e no consumo de bens culturais, midiáticos e simbólicos, também existem as desigualdades econômicas, sociais e culturais no que se refere ao poder de compra e à utilização diferenciada em relação ao consumo de um mesmo produto. A respeito disso, Martin-Barbero (1987) analisa de que forma a classe subalterna utiliza mecanismos para ter acesso a esse consumo cultural e material da classe dominante. Ele afirma que um dos instrumentos é a pirataria, meio pelo qual as identidades juvenis usufruem a fim de participar dos processos globalizantes de consumo.

Observando essa questão enquanto um conflito de classes, Joao Freire Filho (2003) afirma que a busca de marcadores de consumo entre a classe dominantes em relação a classe subalterna é constante. Portanto, devemos analisar o consumo como uma questão de classes, podendo ser conflituoso, vinculado às diferenciações do poder de compra, do capital intelectual e cultural, podendo ser negociado e relacional entre elas.

Devemos perceber o consumo na sua dimensão cultural, presente na forma material, nos objetos relacionados às marcas ou a um estilo de vida. Trata-se de marcadores sociais e

relacionais, vinculados ao simbólico, a questões sociais, identitárias, políticas e econômicas de um grupo em uma dada sociedade. É um consumo que traz ao centro a cultura, as suas hibridizações, bem como as suas relações contra-hegemônicas. Constrói e reconstrói identidades diaspóricas e fragmentadas, capazes de lutar pelo seu espaço, resistir ao institucional, ser contrárias aos discursos hegemônicos (de classe, etnia, orientação sexual, identidade de gênero, questões religiosas, políticas etc.).

É nesse contexto que encontramos o espaço coletivo Al Jannah, que, através de suas múltiplas territorialidades (no presencial ou no online), é capaz de interpelar essas identidades, as questões culturais, de consumo, ativismos em torno da causa palestina e de demais pautas de grupos minoritários. O Al Jannah traz à tona discursos contra-hegemônicos, noções de ativismo e resistência, através das suas pautas de discussões, gastronomia, rodas de conversas, debates, palestras, seminários, shows musicais, saraus, cursos e demais eventos culturais. Tem a cultura enquanto epicentro, norteadora e formadora das identidades, através dos sentidos e modos de consumo atravessados pelas questões urbanas locais, translocais e globais.

3.4 Cultura enquanto recurso e economia criativa

A cultura como recurso traz um novo olhar sociológico, político e econômico sobre o quanto a cultura pode mudar a vida dos sujeitos e das comunidades. Pode-se ver como exemplo que um simples estabelecimento que promova a cultura em um lugar pode desenvolver e ampliar a economia daquela região, do bairro, da cidade, das pessoas pertencentes àqueles grupos, trazendo ao cenário nacional e mundial a importância em se investir na cultura, pois os bens culturais e simbólicos podem modificar conjunturas sociais e econômicas de pessoas e territorialidades. Um comércio, bar, centro cultural ou ONG pode promover mudanças conjunturais no seu entorno, trazendo uma maior infraestrutura para a localidade. Logo, surgem outros tipos de comércios e estabelecimentos, mudando toda a região pelo simples fato da sua existência e atração de movimento. Isso pode ser observado nos últimos anos do bairro do Bixiga, como aponta Pereira (2018).

Segundo Yudice (2004), a cultura está sendo crescentemente dirigida como um recurso para a melhoria sociopolítica e econômica. Sendo assim, percebe-se o potencial da cultura tanto pelos seus membros como pelas instituições políticas e econômicas, capazes de atenuar problemas de desemprego, violência e segurança, além de gerar a economia de toda uma região.

Além disso, segundo o autor, a cultura ajuda a construir e visibilizar identidades performativas. Os grupos elaboram suas autorrepresentações, aquilo que pensam e querem ser, construindo cidadanias culturais. Além disso, ela também cumpre o papel propriamente seu, que é o de propagar o conhecimento, a arte e a estetização da vida.

A cultura, como salientado, vai se desdobrando em outros papéis, como ativo econômico e político no capitalismo neoliberal e pós-industrial. Nas palavras de Yudice (2004, p. 5), “os artistas estão sendo levados a gerenciar o social.”. O autor aponta, ainda, que a cultura e a arte são cada vez mais tratadas como um recurso, ou seja, são um meio para se chegar a um determinado fim. Muitas vezes, amplia o papel da arte como fim em si mesmo, expandindo-se para as funções de contemplação, protesto e ativismo. Vemos a cultura vinculada cada vez mais às lógicas do capitalismo contemporâneo, servindo não apenas para a criação de necessidades, circulação das mercadorias e aumento do consumo, mas para retroalimentá-lo a todo instante, seja pelo consumo cultural ou material que realizamos todos os dias.

É importante ressaltar que, mesmo inserida nesses contextos neoliberais, a cultura mantém sua forte característica ou papel social, intelectual, inclusivo, plural e cidadão. É como uma brecha para formas de re-existência, afirmação e visibilização de identidades minorizadas ou subalternizadas. Enfim, trata-se de algo em disputa no jogo das lutas entre as situações hegemônicas do próprio sistema capitalista, como as situações múltiplas e diferenciadas que perfazem este sistema. Levando isso em conta, o espaço cultural Al Jannah está comprometido com posturas mais contra-hegemônicas, sendo mote da interculturalidade, das identidades diaspóricas e de grupos minorizados, oferecendo em seu espaço um lugar onde se pode falar, dançar, cantar e ressoar as vozes desses sujeitos e grupos.

Sobre os espaços urbanos enquanto centros propulsores de cultura, Featherstone (1995) observou o surgimento das cidades desde meados do século XIX, que vinha ganhando ares advindos da cultura do consumo. Primeiro, isso ocorreu através das galerias parisienses e, depois, através dos shoppings centers, museus, centro de exposições e parques temáticos. Na contemporaneidade, as cidades possuem marcas, espaços, práticas culturais que mesclam a cultura popular, a cultura de massa e a cultura erudita, trazendo novos significados para aquele consumo, como também valorizando regiões. Segundo o autor:

Formas específicas de capital cultural, como a cultura popular e de massa (Jazz, Rock, cinema, parques temáticos) passem a ser consideradas mais legítimas, transformem-se em fontes de prestígio e ascendam na hierarquia

simbólica. Assim, Nova Orleans e certos bairros de grandes cidades, podem ganhar atrativos e capital cultural, enquanto locais da vida anteriormente definida como “inferior”, agora elevados à condição respeitável de objetos de observação turística. (FEATHERSTONE, 1995, p. 149).

A respeito disso, podemos observar o bairro do Bixiga, que historicamente possui muitas culturas hibridizadas, sendo formado a partir de um quilombo de escravos fugidos no final do século XIX, ocorrendo a sua mescla cultural com a chegada de imigrantes italianos no final do séc. XIX e início do séc. XX, além da entrada de migrantes nordestinos nas décadas de 1950 e 1960, e, mais recentemente, no século XXI, com a vinda de diferentes imigrantes de diferentes nacionalidades. O bairro que, a partir da década de 1990, passou por uma fase decadente – de precarização de serviços e moradias, com fechamento de bares noturnos e espaços culturais – teve, a partir da virada dos anos 2000, um certo ressurgimento de sua centralidade como local de consumo cultural na cidade, “[...] seja nas cantinas já existentes há muitos anos ou em novos bares ou espaços que vem apoiando essa nova dinâmica do consumo cultural local.” (PEREIRA; AVELAR, 2020, p. 7).

Ainda tratando do bairro do Bixiga, além de analisarmos esses espaços coletivos como o Al Janhia, vale a pena atentarmos também para alguns grupos ou coletivos de coletivos ali existentes, que nos ajudam a compreender dinâmicas urbanas e de socialidade e ativismos nessa territorialidade. É o caso da Rede Social Bela Vista, formada por pessoas do bairro ou de diferentes regiões, tendo a participação de ONGs, setores da iniciativa privada, ativistas e organizações sem fins lucrativos que lutam pelo direito à cidade. Em estudo acerca dessa Rede, Pereira e Avelar (2020) observaram e analisaram algumas das reuniões e ações desse coletivo (formado por muitos outros coletivos do bairro do Bixiga). Especificamente, analisaram como foi o desenrolar do projeto “13 na treze” – um evento cultural na Rua 13 de Maio, no dia 13 de maio de 2018. Ele contou com atrações de diferentes coletivos do bairro, como a escola de samba Vai-Vai, coletivos LGBTQIA+, de tradições nordestinas, italianas, negras e demais culturas presentes no bairro. Nas palavras de Pereira e Avelar (2020, p. 16):

[...] sentidos lúdicos e festivos não se separam de sentidos políticos e de lógicas de consumos culturais contemporâneos. [...] Nesse sentido nos é útil o argumento de Yudice (2005) quando lembra que cada vez mais a cultura pode ser utilizada para resolver problemas sociopolíticos, como por exemplo a intolerância e diversidade, quanto para ser um instrumento que impulsiona o crescimento econômico e a geração de emprego.

Pereira e Avelar (2020) observam lógicas de consumo cultural nos últimos anos no bairro do Bixiga, sendo elas de cunho alternativo. Configuram-se em bares e casas noturnas com repertório de músicas alternativas, ativismo e outros modos de se pensar a cultura, os quais escapam dos padrões institucionalizados. Isso revive o bairro como um circuito de redes, fluxos e atravessamentos de pessoas e coletivos, que utilizam a cultura enquanto recurso, modificando as estruturas dessa localidade e inspirando outras em seu entorno.

Assim, o bairro do Bixiga vem se configurando com essa característica ativista, cultural e alternativa, capaz de aglutinar em seus espaços coletivos, elementos que norteiam o fazer cultural juntamente com as questões urbanas pelo direito à cidade. Também se direciona a demandas translocais, como é o caso do bar/espço/centro cultural Al Janiah, uma vez que desde a sua origem o ativismo já está presente, como direito à cidade a todo imigrante, refugiado e brasileiro e o diálogo em suas pautas progressistas e translocais.

Falando a respeito da economia criativa, esta surge em um contexto de crise do neoliberalismo nas décadas de 1980 e 1990 (REIS, 2008), quando países desenvolvidos viram a possibilidade de desenvolvimento no investimento nas questões culturais, englobando capital intelectual e tecnologia. Assim, fugindo do padrão da economia industrial de bens e produtos, a economia criativa busca as questões intangíveis: o consumo a partir da experiência, a relação cultural, atemporal, vinculando diferentes culturas, gostos, memórias, tempos, inovação e diversidade aos seus produtos. Segundo Ana Carla Fonseca Reis (2008, p. 24) “a economia criativa seria uma abordagem holística e multidisciplinar, lidando com a interface entre economia, cultura e tecnologia.”.

Esta visão mais triunfalista e, por vezes, acrítica sobre a economia criativa (e cidades e bairros criativos) foi abraçada pelo capitalismo neoliberal, com pautas variadas, mas, em geral, elitistas, excludentes e gentrificadoras. Isso porque não se leva em conta as possibilidades concretas das cadeias produtivas de culturas locais ou os atores de fato envolvidos nessas criatividades tão propaladas. Neste contexto, áreas ou regiões da cidade são encaradas por interesses públicos e privados (prefeitura, empresas, investidores etc.) como polos estratégicos de economia criativa e turismo, com pressupostos que muitas vezes entram em conflito com as ações e lutas daqueles grupos ou coletivos que produzem e consomem as práticas culturais e a vida cultural nesses territórios (PEREIRA et al., 2021).

Isso salienta que os territórios (como o próprio Bixiga e outras áreas centrais de São Paulo) e as noções de criatividade, empreendedorismo cultural e cidade/bairros criativos se mostram em disputa, tanto em suas narrativas como também na prática efetiva dos diversos atores envolvidos (empresários, coletivos, ativistas urbanos, poder público etc.) (PEREIRA et al, 2021).

Para que a economia criativa possa se desenvolver de fato, é necessário a formação e reconstrução contínua de redes, as quais perpassam as instituições atreladas aos poderes públicos, à sociedade civil, à iniciativa privada e aos profissionais e agentes locais (que irão, a partir da sua inovação, criatividade e conhecimento, gerar os projetos e produtos desta economia). Assim, uma gama de infraestrutura é necessária para que as economias criativas aconteçam. Pensando em uma cidade criativa, para que ela alcance esse patamar, não basta apenas termos profissionais da indústria criativa. Também será necessária uma ampla rede vinculada às questões urbanas, como mobilidade, comércio, segurança, além do marketing e turismo atrelados às atividades culturais (profissionais responsáveis pela montagem e organização dos eventos, financiamento público, divulgação nos espaços virtuais e presenciais etc.).

Para falar de economia, espaços e cidades criativas, devemos observar essas redes de apoio e o envolvimento dos próprios atores urbanos, que fazem com que de fato ocorra a economia criativa. Porém, em muitas regiões, países e lugares, acontece uma série de entraves, sejam por questões econômicas ou políticas, as quais inviabilizam o acontecimento ou o desenvolvimento desta economia. Podemos perceber isso ao falar dos países em desenvolvimento, onde a economia criativa pode servir como plataforma para um desenvolvimento social e econômico. Mas, na maioria das vezes, ainda é limitada aos interesses das grandes corporações, do Estado e das elites.

Como apontam Micael Herschmann e Cíntia Fernandes (2016, p. 3), “parte-se do pressuposto de que são os atores (no cotidiano) que efetivamente constroem com ou sem apoio institucional uma cidade musical.”. Ou até mesmo uma cidade criativa. As políticas públicas ainda não levam a sério a cultura como um recurso, tanto no que se refere ao seu retorno lucrativo quanto ao retorno social. As políticas públicas referentes à economia criativa ficam à mercê de pequenos projetos ou de um orçamento reduzido, ocorrendo mais por fruto do esforço de seus agentes (ou seja, dos profissionais criativos) do que pela vontade das políticas locais.

Possuidora de valores intangíveis para os seus produtores e consumidores, a economia criativa se realiza através de uma gama de profissionais vinculados às artes, à ciência, à

tecnologia e à criatividade. Estes profissionais formam entre si redes de socialidades, solidariedade, amizade e negócios, englobando toda a cadeia de produção. No Al Janhia, podemos perceber sentidos de práticas de economia criativa que se mostram mais insurgentes e independentes. Enquanto bar/restaurante/centro cultural, o Al Janhia possui essas características que podem ser vinculadas às práticas de economia criativa, bem como do uso da cultura como recurso (YUDICE, 2004). Isso porque vincula em seu espaço eventos culturais variados (música, cursos, palestras etc.), alterando o cenário do seu entorno na região do bairro do Bixiga. Logo traz para aquela localidade algumas mudanças ou transformações.

Assim, o artista que toca, canta ou se apresenta em um bar (o que, por sua vez, faz o público aumentar) dinamiza as lógicas de produção e consumo, proporcionando mais empregos para as pessoas da cozinha, garçons e demais funcionários. Também traz parceiros para o local, como a senhora que vende doces e sorvetes árabes dentro do Al Janhia. Ou mesmo fora do espaço: o entorno vai atraindo e dinamizando a presença de outros bares e espaços de cultura, criando circuitos culturais renovados na região. Como em um trabalho de formigas, o artista vai criando a sua trilha junto com os demais que encontra, seja porque apreciam a sua arte ou porque estão consumindo os produtos culturais do espaço. Assim, redes se formam, recriando outras possíveis. A respeito disso, Pereira (2018, p. 203) salienta que uma conexão vai se formando, na qual uma rede dinâmica tecida de muitos vínculos sociais e culturais é aberta a outras redes “[...] e se constitui em torno de produtos artísticos transdisciplinares, onde a música parece catalisar outras ações políticas.”.

A partir dos agenciamentos desses indivíduos em rede, ocorre uma série de transformações sociais nos grandes centros urbanos. Sobre isso, Pereira (2018), ao analisar práticas musicais-midiáticas na cidade de São Paulo, observa o aumento do número de festas realizadas por coletivos juvenis nas áreas centrais. A partir da virada do século XXI, fruto da agência de grupos alternativos, com pouca ou quase nenhuma verba de projetos oriundos da prefeitura, estes grupos se unem. Com base em uma rede de coletivos, reocupam a cidade em seus espaços vazios, seja um prédio abandonado, uma praça ou um bar, ressignificando a história da cidade a partir da arte e da cultura. Sentem e fazem a cidade a partir das suas performances musicais, ideológicas e políticas. O bar/restaurante/espaço cultural Al Janhia dialoga com essa lógica dos coletivos e de movimentos ativistas vinculados à cidade ou a causas translocais, como a luta em prol da Palestina. Assim, este espaço se torna um lugar de encontro para que esses grupos se articulem em vários outros coletivos, formando redes, a fim de possibilitar uma cultura do consumo contra-hegemônico.

Ainda sobre os profissionais que são de fato trabalhadores da cultura e agentes principais da economia criativa, é interessante observar como são pessoas que muitas vezes encontram na arte a sua única forma de sustento, devido à precarização do trabalho em um mundo cada vez mais desigual, principalmente em países como o nosso. Cada vez mais, os trabalhos informais preenchem as lacunas do mercado. Com pouco apoio à cultura, esses profissionais estão marginalizados. Isso já ocorria mesmo antes da pandemia de covid-19 (a partir de março de 2020) e continua no cenário atual de pós-pandemia em que vivemos. Pereira (2018) enfatiza que, se por um lado temos a precarização do trabalho no mundo capitalista globalizado, por outro, temos os ativismos juvenis como forma de ressignificar o que é o trabalho.

Vemos ressonâncias desta noção também em Canclini (2009), em seu livro “Diferentes, desiguais e desconectados”, quando afirma que nos tempos atuais existe uma precarização dessas juventudes nos países da América Latina, principalmente no que se refere à moradia, educação, segurança e emprego. Assim, a sociedade espera que esses jovens se globalizem como produtores e consumidores, interagindo com um mercado formal cada vez mais exigente em qualificação e menos protegido pelos direitos trabalhistas. Ao mesmo tempo em que a sociedade coloca produtores e consumidores como algo dado em seu discurso, na prática, isso não se realiza, pois os jovens muitas vezes não conseguem atingir os patamares de produtores formais, muito menos como consumidores, devido às desigualdades sociais e aos altos custos deste consumo.

A partir disso, Canclini (2009) questiona as inúmeras desigualdades vinculadas às juventudes, desde aquelas que não possuem meios para suprir o seu consumo individualizado até aquelas em uma condição de maior precariedade, como as pessoas que vivem em bairros segregados ou crianças e jovens em situação de rua. Nesse cenário, uma solução possível dada por essas juventudes através do tempo foi justamente o seu ativismo e o seu agenciamento a partir do seu trabalho enquanto profissionais da cultura (que pode ser pensado como indústria criativa, formada tanto pelas necessidades materiais como também por questões ideológicas e políticas).

Esses profissionais veem no seu trabalho algo que a grande maioria dos trabalhadores formais não enxergam, que é o agenciamento, a subjetividade, a estetização, o ativismo político e cultural. Seu trabalho não é algo indiferente; ao contrário, o constitui como sujeito e cidadão, fazendo parte da sua subjetividade, dos seus sentidos e percepções sobre si e o mundo. Mais do que um trabalho, é um modo de ser, de sentir e se perceber como coparticipante a partir da sua arte, criatividade e inovação vinculada a outras pessoas que também se fazem a partir de um

consumo cultural, gerando significados, ressignificações, sensações e sentimentos. Segundo Pereira (2018, p. 204):

Para muitos destes produtores das festas e integrantes dos coletivos para além de sustento, seu trabalho é de ativismo político e cultural [...] em que sentidos políticos não se encontram separados dos elementos ligados à estética e ao empreendedorismo cultural em seus projetos de vida [...].

Assim, quando falamos de economia criativa, devemos entendê-la como uma questão inerente à nossa relação com o consumo nos tempos atuais, que se faz cada vez mais explícita. Como bem salientou Edna Santos Deisenberg (2008, p. 61): “a economia criativa está onipresente na vida das pessoas, seja na educação, no trabalho, nos momentos de lazer e entretenimento.”. Podemos perceber a economia criativa interligada com o consumo cultural, que se constitui através dos sentidos e reapropriações feitas pelas identidades coletivas e subjetivas. Trata-se de um consumo cultural capaz de criar, alcançar e penetrar o simbólico, os afetos, as sensibilidades. Também é capaz de se articular e forjar formas de ativismo, luta e resistência. Um consumo, portanto, que traz a questão da experiência, gerando novas reapropriações, capazes de satisfazer até certo ponto essas subjetividades.

Nesse sentido, o Al Janhia se vincula a formas possíveis de economia criativa, sendo um espaço propulsor de redes entre coletivos vinculados à arte, à ocupação e ao ativismo, realizando eventos culturais diversos, com ou sem verbas institucionais. Logo, segue lógicas alternativas de existência, sendo produtor, criador e agenciador de seus próprios eventos culturais. O espaço se torna um local de encontro, trocas, socialidades, amizades, luta e resistência entre seus agenciamentos. Vemos, portanto, essa rede de coletivos, formada por músicos refugiados, que no palco ressoam canções vinculadas ao cotidiano; ativistas; partidos políticos recém-formados, que realizam eventos para arrecadação de fundos; coletivos em prol das ocupações, que lutam pela moradia nos grandes centros; coletivos periféricos, que, através do funk, demonstram a cultura periférica como um lugar de direito; DJs vinculados ao rap, que, nas músicas tocadas, protestam contra as desigualdades sociais; e lançamentos de livros de acadêmicos e escritores que propagam lutas das minorias pelo mundo. Mostra-se como um espaço cultural, capaz de coadunar todo esse consumo cultural que gera sentidos, sonoridades, emoções, conhecimento, lutas, identidades subjetivas e coletivas.

Ao longo dos seus seis anos de existência, o Al Jannah se transformou de um pequeno lugar que oferecia comida árabe e emprego para refugiados em uma espécie de “point” plural e intercultural, onde ressoam pautas locais e translocais dos grupos minorizados, representando para a esquerda progressista um local seguro, acolhedor e mais que necessário nos tempos neofascistas de Jair Messias Bolsonaro.

3.5 Consumo como experiência

Hoje, para além da questão do valor de troca das mercadorias, temos outros sentidos para elas. São sentidos simbólicos, atribuídos pelos nossos estilos de vida e capital intelectual e cultural oriundos de um grupo ou também das subjetividades. Logo, temos um consumo para além dos produtos oferecidos, para além da visão alienante e consumista. Consumimos um produto ou uma experiência de consumo, porque simbolicamente isso nos faz ser quem somos ou reflete algo da memória individual, afetiva, sensível, emotiva, coletiva, seja ao consumir um livro (em formato online ou físico) ou ao irmos a um bar escutar uma música ambiente e desfrutar do prazer de uma conversa. Esse consumo gera identidade em vias de desenvolvimento, naquilo que queremos ser ou alcançar. Segundo Claudia Pereira (2015), temos a imagem de um consumidor artesão, que manufatura a si próprio a partir dos produtos e serviços que consome.

Essa noção de “experiência do consumo/consumo de experiência” (já bastante explorada pelo marketing, mas que aqui buscamos tomar como conceito de maneira crítica) enfatiza um consumo que gera valor, o novo, a fuga, a vivência, o momento, os sentidos, as emoções, “[...] que consomem não mais os objetos em si, mas principalmente as relações que se estabelecem no e através do objeto, evidenciando a ideia de mercadoria signo, de objeto carregado de subjetividade e simbolismo.” (GIMENES, 2004, p.77). Assim é o consumo material e imaterial, posto em uma dança, nos objetos ou no prazer de frequentar um espaço cultural, coletivo, multiterritorial, diaspórico e intercultural como o Al Jannah, capaz de promover uma experiência de consumo ativista, sensível, eletrizante, cotidiana, alternativa. Esta experiência transpassa os modos econômicos, sendo propulsora de identidades múltiplas, aglutinadora de públicos de todas as idades, propiciando um ambiente acolhedor para as famílias, para as pessoas que não se sentem acolhidas (seja em nosso país ou no país de origem) por várias razões.

Assim, a experiência do consumo transcende o consumo material dos objetos, pois, ao consumir um produto, mais do que consumi-lo de forma material, fisiológica, também o consumimos de forma simbólica, “[...] contemplada, desejada, comentada, fotografada ou manipulada.” (FEATHERSTONE, 1995, p. 37). Nesse contexto, temos as cidades criativas, fruto da modernidade, onde pulsava a vida boêmia, as artes, as belezas naturais e turísticas. Hoje, cada vez mais, essas cidades lidam não só com a estetização da vida urbana, em suas praças, prédios, ruas, feiras, espetáculos e eventos culturais, mas também com o consumo como experiência, representado nos seus outdoors, shoppings, galerias, parque temáticos e atrações. Isso faz com que, ao consumir, também se usufrua das imagens, dos bens materiais, dos signos, gerando uma experiência de consumo, parte do fazer identitário. Segundo Featherstone (1995, p. 137), existe “[...] a relevância cada vez maior de formas de consumo de lazer em que se dá ênfase ao consumo da experiência e prazer (tais como os parques temáticos, centro turísticos e recreativos).”.

Sendo o consumo como experiência algo coletivo e subjetivo, ele faz o indivíduo relembrar algo, possuindo um tempo de duração. Proporciona o deslocamento imaginativo para outros lugares, trazendo não só experiências do passado, mas novas sensações, novos desejos inimagináveis para aquele indivíduo. É uma experiência de imersão do corpo em um todo, nas sensações, nos sonhos mais longínquos, no impensável, no ilusório que se torna real. Tentar observar esse consumo da experiência é uma tarefa difícil, pois lida com as subjetividades tanto do pesquisador como dos sujeitos de pesquisa. Talvez as palavras mestras que podemos destacar nessa missão sejam a *percepção* e os *sentidos*, aguçados e instigados dependendo das subjetividades dos sujeitos envolvidos nessa experiência de consumo.

A fim de desfrutar da experiência do consumo, é necessário ter o controle em meio ao descontrole, o cenário de possíveis sonhos, escolhas, imagens que nos remetem aos prazeres, às vivências, ao hedonismo. Isso promove a fuga do cotidiano, das obrigações laboriosas, domésticas, sociais. Como aponta Featherstone (1995), a sociedade contemporânea, ao mesmo tempo que oferece essas vantagens, a partir do consumo pela experiência, dando a sensação utópica de liberdade ao indivíduo, também a controla. Segundo o autor:

É preciso disciplina e controle para passear através das mercadorias em exposição, olhar e não agarrar, movimentar-se casualmente sem interromper o fluxo, contemplar com entusiasmo moderado, e ar blasé, observar os outros sem ser visto, tolerar a proximidade dos corpos sem se sentir ameaçado [...]. Em suma, para se movimentar através dos espaços urbanos ou vivenciar os espetáculos dos parques temáticos e museus, é preciso descontrole controlado

das emoções (WOUTERS, 1986). As imagens podem evocar prazeres, perturbações, carnavalização e desordem, mas é necessário ter autocontrole para vivenciá-las: a vigilância furtiva das câmeras de controle remoto e dos guardas de segurança está à espreita daqueles incapazes de se controlar. (FEATHERSTONE, 1995, p. 45).

Observar esse consumo a partir das subjetividades se faz importante não apenas por se tratar de uma análise que pode apontar para brechas, mas também por abordar os sentidos, as narrativas, as memórias e as experiências dos sujeitos, a partir dos usos. Para essa abordagem, é preciso diferenciar o consumo como experiência e a experiência como consumo: a primeira noção aborda a imersão total do sujeito no momento do consumo; e a segunda não diz respeito à imersão, mas sim remete a uma experiência sobre usar uma roupa, frequentar um bar, escutar um disco, ou seja, é algo rotineiro, de costume, que preenche parte do eu, mas não a sua completude. Segundo Claudia Pereira et al. (2015, p. 4):

[...] a diferença entre o “consumo de experiência” e a “experiência do consumo” reside, principalmente, em que o primeiro pressupõe a total imersão do indivíduo em um ambiente alusivo a uma memória anterior e ao deslocamento do significado de identidades, objetos, ambientes, entre outros elementos constitutivos do mundo real.

De fato, a cultura de consumo, no decorrer dos séculos XIX, XX e XXI, veio tomando novas proporções. Se antes o consumo mercadorias era feito de forma ordenada e mais ascética, com poucos excessos, disciplina e ordem, seguindo o ideal calvinista, hoje não é mais. Featherstone (1995) enfatiza como, a partir do aumento da produção, o consumo passou a tomar a lógica das grandes feiras e carnavais medievais, adquirindo ares do exótico, sendo transgressor da norma e da religião, cheio das emoções e sentidos descontrolados, desde os prazeres físicos ao do espírito. É um consumo da extravagância, da abundância, do exótico e do erótico, que passa a ser permitido nas lojas de departamentos, nas exposições nacionais e internacionais, nos parques temáticos, nos shoppings centers.

Assim, a partir da cultura popular, elementos da cultura de massa e da alta cultura se associam nesses espaços, tanto nos produtos e veiculações simbólicas sobre estes como em seus consumidores. E mais: não são consumidores simplesmente, mas sujeitos que adquirem um modo de ser e estar ao participarem e usufruírem dessas experiências. Segundo o autor, nesses lugares, é creditado ao consumidor que sonhos impossíveis podem se tornar reais. Ao

frequentar um bar ou centro cultural, é possível perceber que existe tanto o “consumo como experiência” como a “experiência do consumo”, pois isso depende das possibilidades que o espaço oferece para o seu consumidor. Para Maria Henriqueta (2004, p. 4), “o consumo dos bares pressupõe o deslocamento do indivíduo e a imersão em todo o contexto do bar [...] incluindo a sua ambientação, decoração e convívio com os demais frequentadores.”.

Os autores Gisah Moreira Akel, José Manoel Gonçalves Gândara e Jose Antonio Fraiz Brea (2012), ao analisarem métricas de qualidade no consumo de bares e restaurantes, apontam a respeito do consumo que gera valor ao indivíduo, não apenas como uma experiência do ato de comer e beber, mas também como experiências intangíveis (como o serviço, o clima, o ambiente etc.). Eles citam Maricato (2009, p. 112 apud AKEL; GÂNDARA; BREA, 2012, p. 5) e complementam que “o segredo do sucesso de um estabelecimento e de um bom marketing está em harmonizar aspectos objetivos (conscientes, racionais, mensuráveis) e subjetivos (inconscientes, emocionais, difíceis de medir)”. Assim, entende-se o consumo para além das necessidades materiais, suprimindo igualmente as necessidades de socialidades, afetividades, cultura etc.

Ao mesmo tempo que o Al Janhia é um bar que visa dar lucro, também realiza práticas não atreladas a questões mercadológicas. Ou seja, também fomenta ações sociais, que fazem parte do processo de existência do espaço. Ao mesmo tempo em que o Al Janhia é um bar/restaurante/espaço cultural que oferece entretenimento, diversão e consumo cultural sob bandeiras mais progressistas, também é um estabelecimento comercial, devendo pagar bancos, contas de consumo, fornecedores e seus funcionários. Tal dependência entre o aspecto mercadológico e o consumo cultural ficou mais exposta durante os anos de pandemia de Covid-19 (março de 2020 até o presente momento- fevereiro de 2022). Como o espaço precisou fechar as portas, ficou impossibilitado de instigar e criar formas de consumo cultural e ativista. Logo, teve que se reinventar a partir do sistema de entregas de comidas, trabalhando com aplicativos e com seus próprios entregadores, promovendo algumas promoções e eventos online, para que, assim, pudesse chamar de volta o seu público frequentador. Este, impossibilitado de frequentar o espaço físico do Al Janhia, passou a acompanhá-lo nas redes sociais, como o Facebook e Instagram, e a solicitar pedidos de comida através do Ifood. Talvez essa não seja a experiência de consumo que os frequentadores do Al Janhia estavam acostumados, mas foi a possível para sobreviver em tempos difíceis e adversos para todos nós.

Assim, a experiência do consumo ou o consumo de experiência deixa de ser propriamente a compra de bens e serviços. Indo além da esfera material, passa a ser a compra

de signos, sensações, sentimentos, sentidos outros, que podem suscitar memórias e mexer com nossas subjetividades e a vida simbólica. Isso porque “consome-se não apenas a bebida e a comida, mas também, em um nível simbólico, a atmosfera criada naquele espaço, a diversão, o relaxamento e as relações que são ali entabuladas entre seus frequentadores.” (GIMENES, 2004, p. 4). Portanto, o bar, restaurante e centro cultural Al Jannah dialoga com essa perspectiva, não sendo apenas uma alternativa de lazer. Ou seja, não cumpre apenas o lugar dos encontros, da boa comida e bebida, mas também é lugar de turismo, do novo, do ócio, da descontração, possibilitando sociabilidades e sentidos outros, na esfera subjetiva, coletiva, no ativismo, em suas pautas progressista, em seus eventos culturais, palestras, lançamentos de livros, música ou grupos de coletivos de migrantes. Cria uma experiência de consumo propagadora de vários sentidos, signos, memórias e significados para os seus frequentadores.

Observando bares e restaurantes como estabelecimentos/empresas, eles possuem a tarefa, segundo o marketing, de “agregar valor” para os seus consumidores, superando suas expectativas. Segundo Akel, Gândara e Brea (2012) o estabelecimento deve atingir a satisfação e a lealdade de seu consumidor, sugerindo que, para tanto, ofereça valor superior ao esperado. “[...] as empresas devem orientar-se sempre para que agreguem valor ao cliente.” (p. 9). Mas o que seria “agregar valor”? O valor, em si, perpassa a noção de subjetividade, como também coletiva, social. Sendo assim, é fruto de um ponto de vista que pode ser de um grupo (em uma época e um local) que consolide e concorde que aquele lugar e aquelas experiências geram valor para o seu grupo. A partir disso, cada indivíduo ficará convencido que também gerou valor para si ou talvez isso ocorra de modo inverso.

Como explicado anteriormente, Claudia Pereira et al. (2015) afirmam que o “consumo como experiência” é diferente da “experiência do consumo”, pois possui essa característica de gerar valor, a partir do momento em que mexe com as estruturas do psiquismo de cada indivíduo, invadindo o seu mundo simbólico e da imaginação. Os autores citam alguns exemplos vinculados ao parque temático de Orlando, quando um deles foi visitar o parque de Harry Potter e experienciou a imersão da sua subjetividade a partir do espetáculo, que trouxe à tona lembranças da narrativa do filme. Eram lembranças pessoais e ao mesmo tempo do mundo dos sonhos, aventuras e magia, mexendo com o imaginário e o psiquismo de modo subjetivo e coletivo. Mas, como podemos observar esse “consumo de experiência” ou “experiência de consumo” em um espaço como o Al Jannah? Esta é uma questão que o presente trabalho tentará responder ao longo do próximo capítulo.

Falando sobre as especificidades da experiência do consumo, Akel, Gândara e, Brea (2012) apontam que ela é de cunho individual, pois existe somente na mente da pessoa, que é “[...] cativada em um nível emocional, físico, intelectual ou até mesmo espiritual.” (AKEL; GÂNDARA; BREA, 2012, p. 10). Em se tratando do consumo de experiência, Pereira et al. (2015) salientam seis etapas simultâneas: (1) um espaço físico ou virtual, que seja intencionalmente preparado para que seus frequentadores possam viver emoções e sensações; (2) uma preparação ritualizada anterior; (3) uma narrativa; (4) a participação consensual do indivíduo ou do grupo; (5) o deslocamento de significados subjetivamente experimentados; (6) e que tal repertório, dotado de significado, tenha total correspondência com a narrativa de origem (PEREIRA et al., 2015). Apesar das diferenciações entre a experiência do consumo e o consumo de experiência, ambas as noções destacam a importância da subjetividade na criação dessa nova forma de consumo, que explora a imaginação, trazendo novas experiências e a memória afetiva.

Pensando sobre o consumo como experiência ou sobre a experiência de consumo em um bar, a qualidade dos serviços e a fidelidade do cliente para com o estabelecimento, Akel, Gândara e Brea (2012) apontam que, em um bom relacionamento, deve existir entre os funcionários de um bar ou restaurante para com os seus clientes. Segundo os autores, o estabelecimento deve conhecer o consumidor e assegurar o relacionamento com este, antes que a concorrência o faça, (AKEL; GÂNDARA; BREA, 2012). Além dessa visão mercadológica, devemos analisar também os laços reais e verdadeiros de amizades e sociabilidades, os quais são gerados entre o consumidor e os funcionários. Esses vínculos, muitas das vezes perpassam qualquer elo capitalista, criando laços de solidariedade, como já ocorreu no bar/restaurante e espaço cultural Al Janhia, inúmeras vezes durante a pandemia (momento em que o local esteve de portas fechadas) o espaço contou com a solidariedade tanto nos pedidos de comidas, rifas de peças artísticas, doações e “vaquinhas” realizadas de modo virtual pelos seus frequentadores.

Esse capítulo pretendeu analisar a metrópole comunicacional em sua tríade comunicação-cultura-consumo, observando os espaços coletivos, translocais e multiterritoriais capazes de inverter a lógica do pensar as cidades. Para tanto, consideramos a horizontalidade no fazer urbano, a polifonia das vozes, bem como as identidades múltiplas, fragmentadas e diaspóricas, propiciando um diálogo intercultural através do consumo.

Embora não seja nosso objetivo nesta dissertação fazer um estudo sobre o público frequentador ou sobre as formas de consumo no Al Janhia, trouxemos a discussão sobre a cultura de consumo por entendê-la como um aspecto essencial para compreender as culturas e as formas de comunicação urbana que se estabelecem em torno do espaço Al Janhia. Da mesma

forma, temos consciência que o tema das economias criativas aqui abordado poderia dar origem a outra pesquisa. Esta discussão surgiu e foi trazida aqui por aparecer no próprio objeto de estudo e estar atrelada à contemporaneidade e às questões que envolvem sentidos alternativos e mais ativistas no tocante à cultura como recurso.

Observou-se, através da cultura vista como epicentro que passa a desempenhar na atualidade um papel fundamental na compreensão das questões sociais, econômicas, locais, globais, de grupos e identidades, aumentando o seu papel para com as políticas públicas, bem como os seus agenciamentos seja nas instituições, seja nos coletivos mais independentes ou alternativos. Capazes de desenvolver formas de economia criativa, utilizar a cultura enquanto recurso, propulsora de mudanças estruturais.

Também observamos cultura do consumo a partir de visões mais contra-hegemônicas, capazes de pensar e refletir acerca do “homem ordinário”, bem como as suas especificidades locais ou interseccionais. Assim, destaca-se que os meios produzem e querem manipular, mas encontram alguns obstáculos que dizem respeito às subjetividades, às culturas locais e à vivência em grupo.

Levando isso em conta, devemos observar a cultura do consumo com base em uma visão polifônica, ou seja, capaz de compreender as especificidades de diferentes classes, credos, raças, etnias, gêneros etc. Nesse sentido, se torna agenciadora de muitos espaços coletivos horizontais, como propõe Janice Caiafa (2005), capazes de ressoar em suas práticas ativistas, comerciais, empreendedoras ou artísticas outros modos e usos do consumo, das culturas urbanas e das territorialidades. O Al Jannah se configura nesta perspectiva, reverberando noções mais amplas sobre a cultura do consumo, promovendo agenciamentos outros entre brasileiros e estrangeiros, entre ativismos locais e globais. Constrói formas e experiências de consumo alternativo, capazes de aglutinar em um único espaço diversos coletivos, com pautas relacionadas às questões dos grupos subalternizados.

4 EXPERIÊNCIAS DE CAMPO SOB INSPIRAÇÃO ETNOGRÁFICA

Este último capítulo traz as experiências do trabalho de campo, de inspiração etnográfica (PEREIRA et al., 2022), que realizamos no Al Jannah, tanto presencialmente quanto virtualmente, englobando seus múltiplos territórios. Esse trabalho busca compreender as identidades múltiplas, fragmentadas e diaspóricas ali esboçadas, bem como algumas lógicas de consumo cultural e midiático presentes no local.

De início, cabe apresentarmos esta noção de “inspiração etnográfica” (PEREIRA et al., 2022). A noção de etnografia, que envolve observação participante, registros, anotações de campo, entrevistas e relato, tem lastro nas Ciências Sociais. Não adentraremos esse histórico da etnografia no campo da Antropologia em detalhes, mas trata-se de um método e uma teoria que têm sido muito questionados em uma perspectiva autorreflexiva dentro da própria disciplina. Tal noção vem sendo problematizada e questionada principalmente no que diz respeito ao seu histórico colonialista, devido à separação e à hierarquia entre pesquisador-pesquisados, sujeito-objeto e na sua delimitação como conhecimento situado autorreferenciado e sem articulações com questões contextuais (PEIRANO, 1995; RESTREPO, 2016; ROCHA, 2006).

Cientes dessas críticas e problematizações e na impossibilidade de ter desenvolvido um trabalho de campo com longo tempo de permanência ou presença no local estudado, algo visto como imprescindível em etnografias tradicionais, por esse motivo, utilizamos a noção de inspiração etnográfica, sem a rigidez dos cânones, passos, técnicas e processos vistos como indispensáveis na pesquisa de campo (observação participante, entrevista, ensaio etnográfico).

Assim, encaramos nosso trabalho de campo sob inspiração etnográfica como apropriação de elementos da etnografia, como “categoria de pensamento” que nos leva a intersubjetividade (ROCHA, 2006) e como postura crítica e ética não hierarquizada entre sujeitos, e nos apropriamos, também, da noção de situações, como falaremos mais à frente.

As experiências vividas e observadas no Al Jannah que serão aqui analisadas – ocorreram nos territórios virtuais, como a página do Facebook, e, também, no seu território físico, localizado na Rua Rui Barbosa, 269, no Bixiga. Essas experiências têm por objetivo compreender os atravessamentos, conexões e fluxos entre esse espaço que se faz coletivo (como já discutido), entrelaçado com as questões urbanas, ativistas, culturais e de consumo alternativo.

Para essa análise, fizemos uso do trabalho de campo de inspiração etnográfica on-line e presencial. Essas duas formas de trabalho estão associadas e entrelaçadas ao longo do trabalho:

em alguns momentos apresenta-se mais os instrumentos e aspectos da antropologia digital e, em outros, os instrumentos da antropologia urbana presencial, conjugando os dois modos de fazer trabalho de campo sob inspiração etnográfica.

Tal metodologia híbrida não foi programada ou pensada no início da pesquisa. Ela ocorreu devido à pandemia da Covid-19, deflagrada em março de 2020, e que impôs um distanciamento social a todos na cidade de São Paulo. Era o início da pesquisa de mestrado e nos vimos todos impedidos de ir a campo presencialmente, pois o Al Janhia, em respeito aos protocolos sanitários durante a pandemia, manteve as portas fechadas ao público, atendendo apenas pelo delivery para a entrega de comidas. A opção, naquele momento, foi iniciar a pesquisa fazendo uma observação das redes sociais e do site do Al Janhia, que eram usadas - antes da pandemia - para divulgar eventos e fazer transmissão ao vivo das apresentações musicais e outras que ocorriam no local.

Durante o período de janeiro de 2020 até dezembro de 2021, observamos, acompanhamos e registramos o que era postado na página oficial do Facebook e no site do Al Janhia. E, posteriormente foram realizadas visitas e observações situadas e presenciais. As visitas ao local presencialmente ocorreram em dois momentos distintos, o primeiro, entre setembro de 2020 até janeiro de 2021, e o segundo entre julho de 2021 até dezembro de 2021. Como pode ser observado, tivemos mais uma pausa nas interações sociais, devido à segunda onda mais intensa da pandemia, por isso esse hiato entre um momento de visita e outro. Assim, a pesquisa possui essa trajetória, talvez não a mais adequada, perfeita e esperada, mas a que foi possível para aquele momento pandêmico.

A pesquisa realizada nos meios digitais consistiu na análise da página oficial do Al Janhia no Facebook. Essa escolha se justifica, pois, a página era e é um dos principais meios de comunicação com os seus frequentadores, além do Instagram e do site oficial do Al Janhia. Procuramos com essa observação, nos meios digitais, analisar a “fanpage” do Facebook como um todo, observando postagens, conteúdos, comentários, compartilhamentos e vídeos postados. Para este acompanhamento, centramo-nos no período de janeiro de 2020 até dezembro de 2021, focalizando coletas de amostras por meses, buscando com isso investigar os usos dos seus frequentadores e trabalhadores do espaço cultural. Além disso, observar também um pouco acerca das identidades e as pautas elencadas e visibilizadas pelo Al Janhia. Assim, buscou-se compreender o Al Janhia, no espaço digital, no diálogo com seu público e como produtor de conteúdo.

Também, analisamos o Al Janhia com pesquisa de campo presencial, entre setembro de 2020 até dezembro de 2021 (com algumas pausas no caminho). As anotações de campo, registros audiovisuais e conversas informais são os dados produzidos da pesquisa e nos ajudam a compreender sobre as histórias, memórias, sensibilidades, performances e construções identitárias e coletivas, como também questões acerca da cultura, do fazer urbano, e do ativismo local/global e das experiências e lógicas de consumo ali percebidas. Nestas experiências, procurou-se observar, sentir e analisar formas de consumo alternativo vistos a partir das horizontalidades, do hibridismo cultural, da polifonia das vozes, das bandeiras erguidas, dos grupos minorizados, da cultura enquanto recurso capaz de promover mudanças conjunturais.

A primeira seção deste capítulo: “Etnografia – conhecimento situado e subjetividades” traz uma discussão sobre minha posição como pesquisadora em campo (digital e presencial), os estranhamentos, as dificuldades e a construção de um conhecimento situado, trazendo ainda algumas questões teórico-conceituais sobre o fazer etnográfico ou de inspiração etnográfica.

Nas seções seguintes, tratamos a respeito do estudo de inspiração etnográfica, compreendendo o Al Janhia por meio do trabalho de campo digital e físico, interligando on-line e presencial, em uma complementação. Fazendo uso do conceito de situação etnográfica (MIGLIANO, 2020; MITCHELL, 2010), estabelecemos quatro situações como pontos de partida para compreensão e análise do Al Janhia, que são: 1 - Multiterritórios no Al Janhia: redes que se encontram, entre o on-line e o presencial durante a pandemia; 2 - Reabertura do Al Janhia; 3- Identidades diaspóricas: funcionários do Al Janhia e 4 - Identidades e lógicas de consumo: frequentadores do Al Janhia.

Na situação 1. “Multiterritórios no Al Janhia: redes que se encontram, entre o on-line e o presencial durante a pandemia”, realizamos a análise da página do Facebook do Al Janhia, observando o conteúdo nela veiculado e as formas de interação dos usuários e frequentadores, bem como realizando uma análise em diálogo com dados produzidos no trabalho de campo presencial a partir das conversas informais com Hasan Zarif, dono do espaço.

Na situação 2. “Reabertura do Al Janhia”, são analisados três momentos do campo presencial, que são: a roda de samba, Samba da Treze; o evento político da UP e show musical de BNegão. Procurou-se observar as questões acerca do espaço vinculados aos ativismos, à cultura, ao entretenimento e às festividades, analisando como elas ocorrem no espaço coletivo Al Janhia, a partir da multiplicidade de identidades, dos encontros entre elas associados a uma experiência de consumo mediada pela dança, música, discurso, ativismo e diversão.

Na situação 3. “Identidades diaspóricas: funcionários do Al Jannah”, analisamos as biografias dos funcionários brasileiros e estrangeiros do Al Jannah. Nosso encontro com eles, articulando análise conceitual e de vídeos publicados na página do Facebook do Al Jannah. Procurou-se compreender as identidades fragmentadas diaspóricas, as memórias e as trajetórias de vidas, marcadas por questões de vulnerabilidade, sejam elas locais ou translocais, observando memórias coletivas e subjetivas, bem como a construção de vínculos no espaço Al Jannah e a formação de redes de apoio entre os funcionários e demais coletivos urbanos, como coletivos do bairro, da ocupação Leila Kaled, entre outros.

Na situação 4. “Identidades e lógicas de consumo: frequentadores do Al Jannah”, tratamos do conceito de identidade fragmentada de Stuart Hall, como ele se esboça na contemporaneidade articulando com a análise dos públicos do Al Jannah, as lógicas de consumo que se apresentam em jogo com essas identidades, fazendo uso das observações e conversas informais com os frequentadores.

4.1 Etnografia: conhecimento situado e subjetividades

Começo este relato da pesquisa de campo ressaltando que o trabalho de campo etnográfico ou de inspiração etnográfica é sempre um conhecimento situado (RESTREPO, 2016), ou seja, está presente uma contextualidade do conhecimento produzido e a presença da subjetividade do/da pesquisador/a que realizou a pesquisa. Assim, trago um pouco do meu papel e lugar enquanto pesquisadora, pois ao realizar as idas a campo, também pude me redescobrir, perceber aquilo que desejava e que me faltava na vida pessoal e profissional, bem como anseios, dúvidas, estranhamentos e identificações. Em alguns momentos em campo tinha a impressão de que estava em outra persona, não era mais a Juliana mãe ou a Juliana professora, esposa, filha, mas, sim, um sujeito sem papéis sociais obrigatórios, sentindo-me naquele momento livre para ser quem eu quisesse.

Vale ressaltar onde e como me situo, como esposa, mãe de um menino de 4 anos, professora de História e Filosofia em uma Escola Técnica de ensino médio em Barueri. Moradora de periferia, durante 27 anos, na cidade de Carapicuíba, filha de pais com o ensino fundamental incompletos e trabalhadores informais, os quais tiveram três filhos, sendo eu a terceira. Muitas foram as dificuldades vividas. Como salienta a pesquisadora Mariza Peirano (2008, p. 4) e com a qual concordamos, “a personalidade do investigador e sua experiência

peçoal não podem ser eliminadas do trabalho etnográfico. Na verdade, elas estão engastadas, plantadas nos fatos etnográficos que são selecionados e interpretados.”.

Seguindo Peirano na afirmação acima, relato brevemente um pouco da “personalidade da pesquisadora” que aqui está, nascida na periferia da grande São Paulo no ano de 1987, estudante secundarista de escola pública, mulher e branca. Foi com muita luta que consegui entrar na graduação de História em uma universidade privada, trabalhando e estudando, me formei em 2009 e realizei outras graduações e pós-graduações. Em 2007 comecei a lecionar para o Ensino Fundamental e Ensino Médio em escolas públicas, me casei, tive meu filho e depois deste trajeto pensei em realizar o mestrado, dando entrada em 2020 na UNIP, algo para mim impensável, seja pelo dinheiro escasso, pela falta de tempo, pelo medo ou talvez por todos dizerem que mestrado era algo inalcançável.

No início do mestrado, chegou a pandemia em março de 2020. Talvez para a minha sorte ou desespero, tive que trabalhar a distância virtualmente, estudar e cuidar do meu filho de dois anos — cheio de energia, mas impossibilitado de sair de casa, por conta do isolamento social, em um apartamento de 65 metros quadrados. Passamos bons meses fazendo todas essas atividades, assistindo muitas aulas online com meu filho, Gustavo, no colo, fazendo muitas coisas ao mesmo tempo. Enquanto isso, o meu sujeito e local de pesquisa, o Al Jannah, estava de portas fechadas.

Cheguei a cogitar a mudar a pesquisa, mas eu e minha orientadora persistimos com o Al Jannah. Percebia que alguma coisa instigava minha orientadora a isso, e, com o passar do tempo, também pude perceber o que a interessava tanto no Al Jannah. Insisti no projeto original e realizei a primeira ida a campo em setembro de 2020. Essa primeira ida ocorreu em família: eu, meu marido Celso e meu filho Gustavo. Naquele momento, conheci o espaço e consegui falar com Hasan Zarif, dono do Al Jannah, o qual foi simpático e solícito.

O tempo passou, a pesquisa seguiu seus rumos pelos métodos e instrumentos da antropologia digital, analisando a página do Al Jannah pelo Facebook até julho de 2021, quando enfim retornei a campo presencialmente, realizando várias visitas em eventos culturais. Pude com isso, me perceber um pouco mais, pois a cada ida até lá, eu era acompanhada por uma pessoa diferente, como parentes, amigos, e, às vezes, sozinha. Não só observei o Al Jannah, mas também me observei, analisando como me sentia naquele espaço, muitas vezes me perguntando por que estava ali, o que eu tinha que observar, o que eu não estava enxergando. Mas, fui percebendo que o trabalho etnográfico é dividido em vários tempos: o antes, o durante e o

depois do campo, e muitas vezes consegui perceber o que estava no Al Jannah no pós-campo, a partir da reflexão articulada entre campo, subjetividade, teoria, reflexividade.

Confesso que a trajetória no campo presencial não foi nada fácil. O fato de ser uma pesquisadora mulher que realiza uma pesquisa etnográfica em um bar e espaço cultural durante à noite possui as suas implicações, desde a falta de segurança, a falta de disponibilidade de tempo, bem como as questões acerca da maternidade submetida à desigualdade de gênero.

Por vários momentos, cogitei sobre as dificuldades da pesquisa e pensei em desistir, talvez eu não tenha desistido porque sou um pouco teimosa e, também, porque tive o apoio de outras mulheres, como o da minha orientadora — sempre solícita e esperançosa —, e o da minha mãe e irmã, as quais me ajudaram na luta diária em conciliar trabalho, estudo e maternidade. Confesso que não foi nada fácil, mas nesta luta desenvolvi este trabalho de inspiração etnográfica, o qual tem o propósito de fazer sentido para outras pessoas que, assim como eu, resistiram aos ditames sociais, refizeram-se no meio do caos pandêmico e do governo neofascista de Jair Bolsonaro e que mesmo tendo muitos motivos para desistir continuaram com as suas lutas diárias.

Assim, sou eu e o meu sujeito de pesquisa o Al Jannah, que no meio do caos descobrimos que após a tempestade sempre vem a calma, e que a partir de uma rede de apoio podemos resistir, se refazer e nos tornarmos mais forte. Seguindo as palavras de Peirano (2008, p. 5), “o “campo”, portanto, não está lá, ele está dentro de nós, e se as surpresas nos parecem, às vezes, meros acasos, é que deles é feita a vida.”

Fomos atravessados coletivamente, ainda no início do meu mestrado, pela pandemia da Covid-19. Como não falar dela, a pandemia da Covid-19 que perpassou a minha pesquisa, bem como a vida de todos nós, modificando a forma como nos relacionamos, como trabalhamos, como estudamos, como comemoramos e como socializamos. A pandemia mudou os nossos modos e usos e, cada vez mais, nos tornamos codependentes da internet. O lema “#fica em casa” foi uma verdade para algumas classes sociais — principalmente para as classes médias e altas —, distanciamos-nos do formato presencial, ficamos sem os vínculos, sem a força do corpo e dos sentidos, mas nos aproximamos cada vez mais dos campos digitais.

A difusão do vírus SARS-CoV-2 começou em meados de dezembro de 2019, como aparente simples surto de gripe na cidade de Wuhan na China, porém nos meses seguintes, os casos aumentaram por várias províncias do país, hospitais de emergência foram criados rapidamente. O vírus se espalhava na China e o mundo inteiro assistia isso de forma apática,

até surgirem os primeiros casos na Europa, Américas e por todo o globo, aumentando o contágio progressivamente. Assim, vimos o vírus como uma ameaça às nossas vidas, pois agora ele não estava mais distante de nós.

No Brasil, o primeiro caso da Covid-19 foi registrado durante o Carnaval de 2020, no estado de São Paulo. O vírus tornou-se em uma pandemia mundial, no dia 12 de março de 2020, e as primeiras medidas orientadas pela Organização Mundial da Saúde (OMS) foram a quarentena e isolamento social. Naquela época, não existia vacina, medicamento ou qualquer outra forma de não nos infectarmos, a não ser ficarmos em casa, usar máscara em ambientes públicos e não encostar em nada (era o que se pensava naquele momento), mantendo distanciamento dos outros.

Os primeiros meses da pandemia, no Brasil, que se seguiram foram de muito medo, isolamento e restrições. Escolas, bares, restaurantes, teatros, cinemas, estádios, todo e qualquer lugar público foi fechado, exceto serviços essenciais, como mercados, hospitais e farmácias, que mantiveram as suas portas abertas. Lembro-me que a escola em que eu leciono fechou as portas no dia 19 de março de 2020 e pensávamos que íamos voltar depois de duas semanas, porém o retorno presencial só ocorreu em agosto de 2021.

Esses primeiros meses da pandemia no Brasil (março, abril, maio de 2020) foram vividos com muito isolamento, aumentos dos casos de infectados e mortes. Todos estavam atemorizados, o contato presencial se extinguiu durante esses meses, em que deixamos de ir para a casa de parentes e amigos, nos protegendo em nossos lares. Algumas pessoas em isolamento passaram a ter depressão, seja pela reclusão, seja pelo medo ou pelas perdas, configurando tempos difíceis, pois não sabíamos se as crianças estavam imunes, não sabíamos como os nossos corpos reagiriam ao vírus. Quando ficávamos sabendo que alguém estava com o vírus, logo já pensávamos no pior.

Após esses primeiros meses, algumas medidas foram flexibilizadas em decorrência da diminuição do contágio e do número de mortes. Isso ocorreu entre os meses de setembro a novembro de 2020, assim, bares e restaurantes puderam reabrir com medidas restritivas, seguindo o distanciamento e a ocupação do estabelecimento de até 50% do público. O dito “novo normal” que de “normal” não tinha nada, mas estava começando a deixar a vida de alguns menos pesada. Nesse período, o Al Jannah reabriu com um público tímido, que ainda tinha medo de se expor e frequentar o espaço como antes.

Quando pensávamos que a pandemia estava prestes a acabar e que tudo voltaria ao normal, a partir de dezembro de 2020 tivemos aumentos dos casos, bem como falta de medicamentos para intubação e oxigênio. Em janeiro de 2021, vimos o colapso nos hospitais da cidade de Manaus, no estado do Amazonas. O contágio aumentou junto com a precariedade dos serviços, faltavam profissionais, oxigênio e insumos básicos.

Após isso, novas variantes do vírus surgiram como a Delta e, apesar da vacinação ter começado no mês de janeiro de 2021 na cidade de São Paulo, esta era realizada a passos lentos, em decorrências de rixas entre governo federal e estadual e desvios de verbas na área da saúde. Sofremos, vendo mais e mais casos de Covid-19, pessoas próximas se contaminando, parentes, amigos e familiares que se foram. O primeiro semestre de 2021, não foi nada fácil.

Nesse mesmo período, janeiro de 2021, no exterior a vacinação seguia acelerada, em nosso país não estávamos conseguindo produzir a CoronaVac e nem receber vacinas para uma imunização completa da população. A campanha vacinal foi feita por faixa etária, começando pelos idosos e pessoas do grupo de risco. A cobertura total da primeira dose somente aconteceu em alguns estados no final de 2021. No segundo semestre de 2021 os casos de contágio diminuíram, e a partir de agosto de 2021 os serviços não essenciais puderam voltar 100% presenciais, assim em alguns estados e cidades, escolas, bares, teatros, restaurantes puderam retornar às suas rotinas.

Foi nesse momento que o Al Jannah voltou a reabrir. Parecia que a pandemia ia acabar, bem como o uso de máscara e os protocolos sanitários. Passamos os meses de agosto, setembro, outubro, novembro e dezembro com baixos índices de contágio e com aumento da vacinação, fazia-nos acreditar que em 2022 a pandemia iria ter o seu fim e que poderíamos sair, abraçar, ir a locais públicos sem qualquer medo do outro. Mas, não foi bem assim que aconteceu. No final de dezembro de 2021 e início de janeiro de 2022, após as comemorações de final de ano, os casos de Covid-19 aumentaram novamente, bem como o número de mortos, pois uma nova variante surgiu, a “Omicron”, mais contagiosa, porém menos letal.

O ano de 2022 segue, assim (enquanto escrevo esta dissertação, em fevereiro), com o aumento do número de infectados e de mortes. Algumas restrições ainda são mantidas como a proibição de aglomerações em espaços público e os protocolos sanitários. Quase dois anos de pandemia, temos um futuro incerto, pois não sabemos quando irá acabar, ou o que pode acontecer de diferente. Talvez a pandemia tenha vindo para demonstrar a nossa pequenez em controlar a nossa própria vida, fazendo com que mudássemos muito das nossas relações, pois não sabemos quando poderemos estar “livres” desse vírus, e voltarmos para as nossas rotinas

de antes de 2020, quando podíamos sair sem medo do outro e sem máscara, e podíamos abraçar, tocar e beijar o próximo.

Nossas vidas mudaram durante a pandemia, ficamos condicionados ao vírus e às várias situações, as quais trouxeram a educação e trabalho remotos, as compras e as relações on-line, as disparidades e desigualdades de classe, de gênero, de raça/etnia aumentaram. As mulheres ficaram sobrecarregadas com a tripla jornada de trabalho, nossos lares foram invadidos pelo público, onde as fronteiras passaram a inexistir. A esse respeito as autoras Tânia Maria de Araújo e Iracema Lua (2020, p. 2), salientam que durante a pandemia, “é na nossa casa, com nossa família, com nossos animais de estimação e com os sons da nossa vizinhança que o trabalho se implanta e torna boa parte disso visível ao outro.”.

Pensar e refletir acerca desse tempo de pandemia é importante, pois trouxe impactos não só à nossa saúde mental, às nossas relações sociais e de trabalho, mas também às nossas pesquisas acadêmicas. Araújo e Lua (2020) apontam que houve um baixo número de mulheres ingressantes na vida acadêmica, como também em relação a publicações de artigos científicos se comparado ao ano de 2019. Isso se deve, como já abordado acima, das desigualdades alarmantes de gênero, as quais sobrecarregam as mulheres, impossibilitando ou afetando os fazeres acadêmicos ou laborais.

Essas e outras situações ocorridas durante a pandemia até o presente momento (fevereiro de 2022), transformaram carreiras, estudos, famílias, relacionamentos, modos e usos, consumo, cultura, ativismos, economias locais e globais, religiões, entretenimento, uma gama de serviços, instituições, empresas e fábricas. Todos tiveram que se reinventar, aprender a lidar com o vírus, com o distanciamento, com o uso de máscaras, com as restrições e com o medo. Todos tiveram que descobrir outras maneiras de desenvolver seus objetivos.

Isso não foi diferente no Al Jannah, o qual durante os dois anos de pandemia esteve em risco de fechar para sempre as suas portas, porém se reinventou, passou a atender por delivery, como também a pedir ajuda aos seus frequentadores nas “vaquinhas” on-line e rifas. Foi assim que aquelas pessoas resistiram à pandemia e hoje, (fevereiro de 2022), com as portas abertas, cumprindo os protocolos sanitários, continua promovendo cultura, formas de ativismos e de resistência aos seus frequentadores.

4.2 Etnografia: algumas considerações teórico-conceituais

A antropologia e a etnografia ficaram por muito tempo restritas a abordagens e análises dos chamados “nativos”, grupos ou povos tradicionais, não modernos, chamados de Outros. No Brasil, a partir dos anos 1970, ocorreu um desdobramento destas análises que abordam os cenários urbanos e isso ocorreu devido a uma série de movimentos pró-cidadania, os quais chamaram a atenção dos pesquisadores, de acordo com Magnani (2009). Assim, a etnografia como um método de pesquisa passa a ser utilizada nas análises dos estudos nas e das cidades, observando os sentidos desses grupos, desses indivíduos, das redes de comunicação entre as cidades, dos diálogos entre os bairros, entre os moradores, das vivências dos transeuntes, dos turistas etc.

O estudo/pesquisa etnográfica é utilizado para pensar a comunicação urbana, um de nossos focos nesta dissertação, não como um método duro, embrutecido ou objetivo, mas como uma ponte para nos religarmos aos nossos sujeitos de pesquisa e junto com eles reinventarmos outros possíveis métodos e teorias na e durante a pesquisa.

Assim, entendemos que a etnografia não é uma receita pré-determinada, algo pronto que devemos aplicar aos nossos sujeitos, mas algo em movimento que se faz no devir, no momento do campo, do vivido, transformando tanto pesquisador como os sujeitos de pesquisa. De tal modo que os sujeitos de pesquisa não são mais entendidos como objeto, mas como sujeito que também cria a sua percepção sobre si, também possui voz, fazendo o pesquisador reconhecer o limite de seu conhecimento. Ou seja, a reflexão antropológica sobre o fazer etnográfico se desdobrou e se autocríticou (pensemos na chamada Antropologia Pós-Moderna ou Crítica) das últimas décadas. Assim, no que diz respeito ao papel do pesquisador, este já não é entendido como detentor de todo o conhecimento e em uma posição superior em relação aos sujeitos da pesquisa.

Nesse sentido, tanto pesquisador quanto o sujeito da pesquisa são observados e analisados mutuamente. Assim, muito mais do que tentar comprovar hipóteses pré-estabelecidas, o pesquisador deve realizar uma análise contínua e reflexiva junto e com os seus sujeitos, em um processo de autoavaliação, percebendo e refletindo sobre si e sobre os sujeitos, em um processo longo e por vezes descontínuo no campo. Para que, ao final da pesquisa, possamos realizar algo autorreflexivo que fuja do senso comum e de ideias pré-concebidas, que aborde a teoria, o método, mas também a criticidade e as subjetividades de ambos, e que nunca seja algo conclusivo, pois pode haver novas hipóteses, reflexões e problemáticas acerca do sujeito e do pesquisador, assumindo um conhecimento que é sempre situado. A esse respeito Magnani (2009, p. 135) afirma:

O pesquisador entra em contato com o universo dos pesquisados e compartilha seu horizonte, não para permanecer lá ou mesmo para atestar a sua lógica de sua visão de mundo, mas (...) em uma verdadeira relação de troca, comparar suas próprias teorias com as deles e assim tentar sair com um modelo novo de entendimento.

Assim, ao longo da pesquisa etnográfica, o pesquisador deve assumir uma postura nem tão de perto que se confunda com o sujeito, mas nem tão distanciada, a qual não faça ele perceber e apurar o estudo de campo, como bem salientou Magnani (2009), mantendo uma postura no entre.

Dessa maneira, como pesquisadores realizamos idas a campo em um processo de quase imersão e familiaridade com aquela ambiência - mas sem se tornar um integrante do grupo pesquisado - para depois poder distanciarmo-nos o quanto possível para poder refletir sobre o que se viveu e se descobriu sobre si e o outro, bem como compreender o que o outro também descobriu dele. Isso se faz em um processo compartilhado e reflexivo que leva o pesquisador a repensar valores, em uma relação de troca estabelecida em diálogo e experiências fragmentadas. Buscando, por fim, a missão de unir as peças desse quebra-cabeça e transformá-las em algo minimamente coerente e crítico. Essa tarefa é um grande desafio, pois, por vezes, muitos fragmentos dispersos observados e produzidos precisam do olhar e da narrativa do pesquisador para ganharem sentidos e um sentido de conjunto.

Como já foi dito anteriormente, para a etnografia não existe fórmula pronta, porém isso não significa que ela está desgarrada de conceitos teóricos e de alguns procedimentos. Toda boa etnografia dialoga com a teoria, realizando um processo de ir e vir teórico e de empiria, os quais, a partir das reflexões, estranhamentos e percepções do pesquisador passa a se configurar em pontos de coerência (PEIRANO, 1995). Assim, a etnografia faz uso da teoria como também de alguns procedimentos, tais como o registro de campo em um caderno de campo, o qual comportará os relatos, impressões, registros do que foi visto, conversado, percebido, sentido no momento vivido, além dos registros audiovisuais, sonoros e imagéticos.

Porém, fazer uma boa etnografia não é apenas anotar falas e todas as percepções possíveis em seus inúmeros e infinitos detalhes; mais do que isso, trata-se do que se faz com essas falas e registros, na capacidade de unir o campo, a teoria com a subjetividade reflexiva e crítica do pesquisador transformando-a em um todo coerente. Como afirma Peirano (2008, p. 8), “qual o desafio do etnógrafo, então? Realizada a pesquisa, ele não pode apenas repetir o que

ouviu- até citações precisam de contextualização. Ele precisa interpretar, traduzir, elaborar diálogos.”.

Por não ser um método pronto, não se sabe quando exatamente começa ou termina uma etnografia. Ela se faz no momento vivido seguindo alguns procedimentos básicos. Fora essas questões, por se tratar de uma constante relação com o outro no campo, a etnografia impõe o que Ana Luiza Carvalho da Rocha e Cornelia Eckert (2008, p. 5) chamam de entrada em campo: “para o (a) etnógrafo (a) “entrar em campo” significa tanto a permissão formal do “nativo” para que ele disponha de seu sistema de crenças e de práticas (...) quanto o momento (...) em que o antropólogo (a) adquire a confiança do (a) nativo (...).”.

Logo, é necessária a permissão dos sujeitos da pesquisa, para que o pesquisador participe de seu cotidiano, caso contrário a etnografia não vai acontecer. A questão que nos vem à mente, então, é como os sujeitos reconhecem e permitem essa entrada do antropólogo/pesquisador, quais são as estratégias de convencimento que nós pesquisadores temos que desenvolver para que tenhamos uma boa entrada de campo para a pesquisa.

Nessa perspectiva, a minha entrada de campo no Al Jannah ocorreu de forma cautelosa. Primeiro, tentei entrar em contato com o dono do espaço, Hasan Zarif, por mensagem de texto pelo chat do Facebook, a qual ele me respondeu informando seu celular. Trocamos algumas mensagens e, por fim, tentei fazer uma entrevista por telefone, por causa da pandemia, mas logo desisti, pois percebi que o diálogo não fluía.

Assim tivemos uma conversa informal (não uma entrevista formal) presencialmente no Al Jannah. Logo que entrei no Al Jannah, em setembro de 2020, fui muito bem recepcionada por Hasan, sendo a acolhida positiva. Nesse dia, estávamos eu, a pesquisadora, meu marido e meu filho de três anos e a entrada em campo parecia ser um sucesso, a visitação aos espaços do Al Jannah foi acompanhada por Hasan e a conversa fluiu por cerca de duas horas, nas quais confesso que estava ansiosa, mas me mostrei uma boa ouvinte e empática com os relatos de Hasan.

Se a entrada em campo é um momento chave para o pesquisador, também há que se perceber a questão do estranhamento a partir do encontro entre diferentes, pesquisadora acadêmica e sujeito da pesquisa. É preciso desenvolver esse estranhamento como algo recíproco, pois ambos sofrem esse embate cultural, seja nos modos, nas vestimentas, na linguagem, nos ideais, nos trejeitos, nas corporalidades, nos silêncios das conversas.

Esses “estranhamentos”, talvez, ocorram com maior frequência nos primeiros contatos no campo. Depois, com o tempo, o pesquisador passa a se inserir e a se familiarizar com tais diferenças, aproximando-se cada vez mais dos sujeitos, criando certa empatia com seus modos de ser, de pensar, de provocar e de estar no mundo. Neste caminho, pesquisadores muitas vezes acabam confundindo-se naquela ambiência e sistema de valores e modos de ser, já não é o mesmo de antes do campo, mas também não se tornou um “deles”, e, muitas vezes, acaba questionando alguns valores de sua cultura, algumas ideologias pregadas e enraizadas aceitas desde sua infância. Talvez, durante este processo sofra até uma crise existencial que parece necessária, não apenas para compreender os sujeitos da pesquisa, mas para compreender a si mesmo, questionar certas verdades inabaláveis, questionar a sua rotina, os seus papéis sociais.

Nas minhas idas a campo, uns dos primeiros estranhamentos foi a escuta do idioma árabe, falado pelos funcionários do Al Jannah, bem como a utilização do véu da funcionária Nedda, palestina e muçulmana, além, é claro, a respeito do público frequentador com seus estilos alternativos e falas ativistas — nada do que eu já não tivesse visto e participado durante a minha graduação —, mas naquele espaço, essas potências do corpo e das ideais ficavam mais patentes.

Por vezes, sentia-me um pouco deslocada, em um ponto fora da curva, por não me situar em um estilo alternativo; mas, depois, dialogando com esses frequentadores, pude perceber que tínhamos muitas coisas em comum, desde crenças ideológicas, gostos musicais e profissões. Assim, consegui perceber que por mais que algo possa lhe parecer estranho, sempre haverá algo que crie uma ponte entre esses sujeitos. Como nos diz Ana Luiza de Carvalho (2008, p. 6):

A prática etnográfica permite interpretar o mundo social aproximando o pesquisador do Outro “estranho”, tornando-o “familiar” ou no procedimento inverso, estranhando o familiar, superando o pesquisador suas representações ingênuas agora substituídas por questões relacionais.

O campo é uma relação de troca, pesquisador e sujeitos da pesquisa sofrem estranhamento e identificações e aprendem um com o outro aquilo que não aprenderiam com alguém que compartilhe sua mesma cultura. Nas palavras de Gilmar Rocha (2006, p. 5), “não é somente a identidade do “nativo” que está sendo construída no trabalho de campo, mas também a persona do antropólogo.”. Depois de ter feito o trabalho de campo, durante meses, ou talvez anos, o pesquisador tem a tarefa árdua de unir aqueles fragmentos, entrevistas, vídeos,

fotos, relatos de campo, tudo isso em uma escrita coerente, sensível, crítica, subjetiva e conceitual, e que seja capaz de dar entendimento, compreensão e reflexão a tudo aquilo que representou aquele sujeito de pesquisa para nós, explicitando quais foram os desafios, as surpresas, as mudanças ao longo da pesquisa, as questões levantadas muitas das quais sem respostas.

A escrita etnográfica tem essa capacidade de oferecer ao leitor ao menos um pouco dessas impressões e percepções dadas pelo pesquisador, as quais muitas delas fazem parte da sua subjetividade, das suas escolhas teóricas e ideológicas, da sua sensibilidade, mas que nem por isso deixam de ser concretas e reais, sendo um ponto de vista em meio a muitas outras visões possíveis.

Dessa maneira, uma escrita etnográfica deve ser capaz de esmiuçar as particularidades dos momentos vividos em campo, capaz de absorver os ambientes, as pessoas, os sons, a atmosfera do espaço e, não apenas observar as falas, mas também os silêncios, os sentidos, as emoções veiculadas por inúmeras linguagens. Com o propósito de a oferecer algumas impressões para o leitor do que foram esses momentos vividos, essas descobertas e redescobertas do outro (sujeito da pesquisa), mas também de si (pesquisador). Assim, a etnografia é um estudo que não possui a priori um método, como aponta Peirano (2014), mas se realiza no decorrer do processo da pesquisa, em uma “bricolagem intelectual”, ou seja, em um processo de vai e vem do campo, da análise, da escrita e da reflexão subjetiva associada à teoria, às ideologias e ao momento vivido pelo pesquisador, sendo este realizado junto de seus sujeitos de pesquisa e dos momentos que o moveram para o estupor metodológico (CANEVACCI, 2021).

Segundo Máximo Canevacci (2021), o estupor metodológico tem a capacidade de mover toda a sensibilidade do pesquisador, quando encontra nos sujeitos de pesquisa algo novo, inusitado, extraordinário, capaz de mexer com todos os seus sentidos, desde os corpóreos aos cognitivos, abrindo novas linhas de pensamento para a pesquisa. Mas para isso, o pesquisador precisa estar aberto a esses momentos ou talvez instantes que para alguns passam despercebidos, seja porque estão preocupados em dar respostas prontas a questões já levantadas, ou porque não usam da sua sensibilidade para apreciar os sujeitos. Nas palavras de Canevacci (2021, p. 19), o estupor metodológico compreende que “todo o meu corpo podia colocar-se em uma dimensão porosa, aberta ao desconhecido, ser atravessado por códigos surpreendentes, nunca imaginados, completamente alheios às minhas experiências e por isso desejados por mim.”.

Assim é que a escrita cumpre seu papel de unir fragmentos em um todo coerente dando sentido ao estudo, sendo um trabalho que seja “nem tão de perto, nem tão de longe” (MAGNANI, 2002, p. 10). É preciso ser capaz de observar, estudar e refletir sobre o campo visto de perto o bastante para que se consiga tirar as suas impressões, ao mesmo tempo, não se confundindo com as perspectivas e valores dos grupos analisados, mantendo a distância e a aproximação suficientes para a uma análise crítica reflexiva.

Para Caiafa (2019, p. 7), o etnógrafo terá que desenvolver a capacidade de uma observação flutuante, “permanecer vago e disponível (...) não mobilizamos a atenção sobre um objeto específico, mas a deixamos “flutuar” de modo que as informações penetrem sem filtro, sem a priori.” Ou seja, sem perseguir respostas para as problemáticas e as hipóteses formuladas a priori, sem a preocupação de achar o que supomos ser a “verdade” a respeito de uma questão. Assim, a observação flutuante designa sobre a oportunidade de não nos prendermos às verdades embrutecidas da pesquisa, deixando-nos levar para novos caminhos possíveis.

E o que dizer sobre a etnografia digital, tendo como campo a internet? Entendemos a internet como um artefato cultural (HINE, 2020) que também faz parte da nossa cultura, dos nossos usos, modos de ser e de estar no mundo. Ela não está apartada ou fora do contexto da sociedade, das vivências em grupo ou das subjetividades, mas se aliando ao corpóreo, aos sentidos, aos usos, visões, modos de sentir, pertencer, modos de conhecer o que vem de fora e a forma como percebemos o que vem de dentro. A internet na era da sociedade técnico-informacional, tornou-se não apenas uma mediadora ou aliada das nossas tarefas corriqueiras. Ela está, para além disso, tornando-nos cada vez mais codependentes, fazendo com que tenhamos com ela uma relação íntima e intrínseca, capaz de transformar a forma como nos relacionamos, namoramos, estudamos, trabalhamos, nos divertimos e interagimos com os demais.

Falar a respeito disso, é ao mesmo tempo natural e intrigante, mas nem sempre foi assim. A internet hoje vista como inerente e necessária ao nosso tempo e entendida como artefato cultural é uma realidade explícita da última década, agudizada nos últimos dois anos com a pandemia da Covid-19, aumentando cada vez mais seus usos e dependências. Entretanto, nem sempre foi assim, pois durante muito tempo, desde que ocorreu a invenção da internet por volta da década de 1970, ela foi vista como algo separado da sociedade. Entre o off-line e o on-line existia um grande abismo de mundos diferentes e eram vistos como apartados. Os primeiros estudos sobre a internet queriam avaliar como as pessoas agiam de forma diferente no on-line, formando outras identidades, criando falsas verdades para si e para os outros. Esses estudos não

analisavam a fundo algumas perspectivas antropológicas, percebendo quem eram essas pessoas, as suas localidades, bem como o uso diferenciado da internet por diferentes pessoas de diferentes localidades.

Tais perspectivas só foram observadas e estudadas durante o final da década de 90 e início dos anos 2000, pois a partir de então houve um estudo e análise da internet cada vez mais próximo do entendimento sobre o que nos faz seres humanos na contemporaneidade, preocupando-se assim em responder questões fundamentais, tais como: por que as pessoas ficam tanto tempo na internet? Por que algumas assumem avatares em chat de namoros? Por que as pessoas utilizam redes sociais? De que forma elas utilizam? Todas essas questões foram e estão sendo estudadas na antropologia digital, analisando a internet para além da falsa dicotomia on-line e off-line, vendo-a como mais um artefato cultural criado pelo homem capaz de mediar este com vários usos possíveis. A esse respeito, as autoras Suely Fragoso, Raquel Recuero e Adriana Amaral (2011, p. 36) afirmam:

Postill (2010) comenta que, na segunda metade dos anos 90, houve uma alteração no tipo de pesquisa, caracterizada pela análise do objeto internet já inserido dentro do cotidiano, e não tanto como item extraordinário (...) Além disso, houve uma popularização dos tipos de usuários para além da classe média branca masculina (...) chama essa fase de “Segunda Era dos Estudos de Internet” e, segundo ele, a questão chave dos estudos seria: Como as pessoas roubam tempo de suas outras atividades para os usos da internet”.

Tal compreensão da internet como artefato cultural nos faz observar que assim como qualquer outro elemento da cultura, a internet se faz mais uma mediação entre tantas, seja material ou imaterial do nosso tempo presente, como bem observou Daniel Miller e Heather A. Horst (2015). Segundo os autores, “somos todos [um] resultado da cultura como mediação seja através das regras de parentesco e religião ou as regras de netiqueta e game play.” (MILLER; HORST, 2015, p. 9). Assim, compreender a internet como mais uma mediação cultural, retira sua dimensão como algo externo ao humano, e a falsa distinção entre off-line e on-line. Dessa maneira, é possível observar as conexões e os atravessamentos possíveis entre esses dois modos, além de analisar que a humanidade se faz de forma cultural através das mediações, quer seja a mediação entre parentes, religião, tradição e objetos, quer seja a mediação através dos usos das interfaces da web. Todas estas formam mais um “entre” das subjetividades com o meio.

Nessa perspectiva, compreende-se a internet como uma mediadora entre os homens e o mundo das coisas, capaz de conectá-lo em suas atividades a partir de diferentes polimídias (MILLER; HORST, 2015), como sites, blogs, aplicativos e plataformas, tornando-se prosumidor, ou seja, consumidor e criador de conteúdos digitais, como notícias e informações, em uma velocidade como nunca vimos na história.

Compreender essa amplitude e tentar minimamente observá-la e estudá-la não é tarefa fácil, como bem pontou Miller e Horst (2015) e Machado (2017). Devemos observar a internet a partir dos seus usos, sendo ela uma invenção local pelos seus usuários, pois, em diferentes lugares e culturas, os usos também serão diferentes. Tal percepção dos estudos do antropólogo Daniel Miller e seus companheiros de pesquisas, foi um divisor de águas na análise antropológica digital, pois ao observarem como as mães em Trinidad utilizavam o Facebook para se comunicar com seus filhos, os autores perceberam modos, hábitos e usos locais. Assim, considera-se que a utilidade da internet depende de quem a está utilizando, tendo em foco o usuário como centro e não a internet em si mesma.

Com isso, houve uma mudança de perspectivas para os estudos em antropologia digital, os quais passaram a levar em consideração quem eram esses usuários, quais eram as suas localidades, classe social, gênero e demais especificidades, a fim de compreender porque utilizam a internet, (trabalho, relações amorosas, familiares, amizades, política, entretenimento, diversão), quais são os gostos, hábitos e costumes desses usuários que cada vez mais se sentem possuidores de um poder de escolha inédito, uma vez que podem ler, participar, assistir, escutar, opinar, editar, o que, quando e onde bem entenderem. Como bem observou Mônica Machado (2017, p. 3), “as mídias sociais não são produtoras de homogeneização, as expressões digitais são plurais e diacrônicas. É preciso investir sempre em um olhar para o ambiente digital como uma invenção local dos seus usuários.”.

Essa visão acerca dos usos locais na antropologia digital dialoga, pois, com a perspectivas dos estudos culturais, dando ênfase não aos meios, mas às mediações, observando quem está utilizando, postando, produzindo conteúdo, quais são os sentidos, objetivos, quais relações estão entrelaçadas e correlacionadas. Tal visão é de suma importância no estudo do espaço Al Jannah, pois em se tratando da página do Facebook, podemos perceber quais são os usos, sentidos, apropriações, percepções, memórias e experiências de seus frequentadores e produtores digitais, que atravessam questões culturais, ativistas, locais, globais, de sentidos subjetivos e coletivos, na construção de um todo comunicacional na página do Facebook, sendo

a mesma dependente de seus produtores, mas também dos frequentadores/usuários digitais, dando-lhe significado e sentido.

Assim, para que ocorra uma análise crítica acerca dos estudos antropológicos, utilizando os campos digitais, é necessário, portanto, observar não apenas o espaço internet, a interface ou o campo, mas também é necessário observar este usuário digital, as suas especificidades, o seu contexto, localidades, modos e usos na internet.

A antropologia digital possui essa tarefa de observar e estudar os campos digitais e sua relação com os usuários em uma perspectiva crítica, capaz de analisar, refletir e observar os atravessamentos, as conexões, as utilidades, as especificidades de cada campo e usuários nas possíveis associações entre o on-line e o off-line, antes vistos como dois mundos paralelos. Dessa forma, não faz mais sentido falar em dois mundos distintos, um supostamente real e outro virtual, visto que nas culturas midiáticas e digitais isto está entrelaçado e codependente. Como bem observaram Fragoso, Recuero e Amaral (2011, p. 42), “as fronteiras entre online e offline são fluidas e ambas interatuam.”.

Todas essas mudanças de enfoque e perspectivas, que se seguiram, fez com que a antropologia digital se atualizasse não apenas na mudança de nomenclatura ou conceitos que surgiram. Em um primeiro momento, a antropologia digital foi nomeada como netnografia, etnografia virtual, webnografia e ciberantropologia (POLIVANOV 2013). Hoje, pode ser chamada apenas de etnografia, segundo Beatriz Polivanov (2013) e Fragoso, Recuero e Amaral (2011), abraçando novas disciplinas, desdobrando novos conceitos, realizando novas reflexões acerca dos seus estudos de campo digitais, enriquecendo cada vez mais a teoria a partir da prática, as quais proporcionam o levantamento de novas questões, observações e problemáticas.

Pensar a pesquisa de campo com um olhar etnográfico digital é imprescindível ao nosso tempo atual, em uma perceptiva que possa dialogar e traçar pontes e conexões entre a pesquisa de campo digital e presencial, entre ruas e redes, ou entre a praça e a internet, como sugere Migliano (2020). Para tanto, algumas considerações a esse respeito são importantes, como observam Fragoso, Recuero e Amaral (2011), pois segundo elas, para realizarmos uma pesquisa no campo digital é necessário escolhermos uma parte da realidade e focarmos nela, sendo esse subconjunto de realidades chamado de amostras, e que independente das amostras escolhidas, todo o pesquisador tem como missão explicitar o motivo dessas escolhas, isto é, por que utilizou esse campo digital e não outro, por que analisou cinco mensagens e não vinte, e assim por diante, deixando claro para si e para o outro o seu processo metodológico, reflexivo, crítico e teórico ao longo do processo da pesquisa. Segundo as autoras, “o tamanho de uma amostra

probabilística não pode, portanto, ser definido de antemão, pois ele é uma consequência das características do universo da pesquisa, dos métodos de seleção e recortes utilizados e do grau de generalização pretendido.” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 62).

Seguindo essas e demais orientações a partir dos estudos da antropologia digital, decidimos focalizar apenas um campo digital em nossa pesquisa sobre o AI Janhia. No momento, o AI Janhia possui três territorialidades digitais oficiais disponíveis para o público: website, Instagram e Facebook. Optamos pelo Facebook, pois, quando se iniciou a pesquisa, era o meio de comunicação mais utilizado com o seu público no espaço virtual. Além da escolha do território digital em que faríamos o campo — uma análise quantitativa e, a partir dela, uma seleção para a análise qualitativa — também nos preocupamos com a escolhas das amostras. Elas foram selecionadas no ano de 2020, nos meses de janeiro (antes da pandemia), maio (durante a pandemia) e outubro (pandemia/reabertura do bar). Assim, pudemos observar pistas sobre como ocorria o consumo cultural durante esses três períodos.

Ainda nessa questão sobre as escolhas e definições acerca das amostras, bem como das abordagens realizadas, perguntas e problemáticas da pesquisa. Elas devem, por um lado, oferecer confiabilidade suficiente para a investigação — segundo Fragoso, Recuero e Amaral (2011) — e, por outro, não podem se tornar um volume desnecessário dos custos e tempo de realização. Ou seja, as amostras escolhidas em seu número e qualidade deverão ser suficientes para responder as problemáticas elaboradas pela pesquisa, não excedendo e nem se tornando redundantes, mas contemplando tudo o que foi proposto. Assim, no universo da pesquisa deve-se contemplar amostras qualitativas e quantitativas, capazes de suprir as problemáticas levantadas pelo pesquisador, as questões teóricas, reflexivas e apontamentos críticos em uma complementação, pois a partir de uma abordagem quantitativa, que muitas vezes são selecionadas as amostras qualitativas, tendo uma visão holística e particular da pesquisa.

Assim como nos trabalhos de campo presenciais, a etnografia aplicada nos campos digitais não é formulada a priori, mas sim em consonância com a pesquisa, aportes teóricos, problematizações levantadas e a subjetividade do pesquisador. Como bem pontua Hine (2020, p. 4), “não é possível (...) saber de antemão quais entrevistas serão necessárias, quais perguntas devem ser feitas (...) Decisões sobre o método são tentativas e sua efetividade é avaliada em retrospecto.”. Portanto, a pesquisa de campo é como um jogo de quebra-cabeças, peça por peça que se encaixam dando forma a um todo final, em um processo de ir e vir, em que, durante a pesquisa, talvez algumas peças possam parecer estranhas, mas na montagem do todo são construídos sentidos e coerências.

Entender a internet como artefato cultural, como mais um produto de nossa cultura copresente em nosso dia a dia e não como externa a ela, é importante para a compreensão de sua relevância e para os estudos etnográficos. Como afirma Hine (2020, p. 23), “a internet frequentemente se torna parte de nós e as identidades virtuais não são necessariamente separadas dos corpos físicos (...) muitas vezes experimentamos estar online como uma extensão de outras formas corporificadas de ser e agir no mundo.”. Portanto, reiteramos que estudar essas relações, junções e formas de identidades e usos nos espaços, sejam eles virtuais ou presenciais, torna-se necessária para que possamos compreender subjetividades, pertencimentos, socialidades e relações com os demais.

4.3 Etnografia de situações

Pretende-se neste trabalho de inspiração etnográfica traçar as redes que se encontram e se cruzam entre o on-line e o presencial no Al Janhia. Para isso dividimos este trabalho em quatro situações etnográficas, que são: 1. Multiterritórios no Al Janhia: redes que se encontram, entre o on-line e o presencial durante a pandemia; 2. Reabertura do AL Janhia; 3. Identidades diaspóricas: funcionários do Al Janhia; 4. Identidades e lógicas de consumo: frequentadores do Al Janhia.

Antes de iniciarmos a análise das situações etnográficas escolhidas, vale trabalhar esta noção. Situação etnográfica é uma abordagem microcentrada em que se escolhe uma parte do todo para ser analisada, para que assim possa se aprofundar na pesquisa. O pesquisador deve ter em mente que a tarefa de analisar o todo é impossível, fazendo-se necessária essa abordagem micro do macro, ou de situações etnográficas, compreendendo que aspectos mais gerais também estarão presente nestes recortes micro ou parcelas de realidade.

A noção e método situacional ou situação na Antropologia foi desenvolvida nos estudos da Escola de Manchester a partir dos anos 1950/60, entre pesquisadores como Max Gluckman, Clyde Mitchell, Victor Turner, entre outros. Não temos a pretensão aqui de esgotar o histórico, as nuances, diferenças e limites desta noção e dessa escola antropológica. Apenas apontamos que a noção de situação busca analisar aspectos mais circunscritos e significativos de determinado fenômeno na busca por compreender aspectos mais gerais sobre o seu contexto social, para que seja possível, ao retornar aos fenômenos de partida, ou “situações”, elaborar uma interpretação sobre eles.

Fazemos uma apropriação de aspectos da noção de situação etnográfica (MITCHELL, 2010) que nos parecem úteis para, primeiramente, melhor organizar e estruturar a própria narrativa do relato do trabalho de campo sob inspiração etnográfica; e, segundo, para selecionar aspectos e situações que nos pareceram mais relevantes na produção de dados e informações feitas no trabalho de campo (presencial e digital). Aliado a isso, está presente nesta noção de situação, a perspectiva apontada por Restrepo (2016), de que toda análise etnográfica é sempre uma compreensão situada de determinado fenômeno, referida e embasada na situação sócio-histórica do pesquisador e das formas pelas quais aquele encontro entre sujeitos ocorreu e buscando ainda fazer articulações com contextos mais gerais. Segundo Milene Migliano (2020), a compreensão da situação etnográfica deve ser vista como um recorte, diante de tantas camadas de significação social. A autora enfatiza que “a situação é para mim, esse excerto performático como é um verso em um poema (...) que nos coloca em relação com uma parte ínfima de tudo o que foi vivido.” (MIGLIANO, 2020, p. 65).

A partir disso, é que selecionamos quatro situações para análise nesta dissertação, que evidenciam aspectos recortados ou selecionados que nos pareceram mais significativos e relevantes de serem analisados. Buscamos, na análise destas situações, articular descrição de conversas, posts em rede social, material audiovisual, observações diretas e participantes e questões conceituais, históricas e contextuais na elaboração da análise. Assim, optou-se por evitar uma abordagem separada e estática dos diferentes dias de pesquisa de campo, por exemplo, ou dos diferentes instrumentos de pesquisa (análise do audiovisual, análise de conversas, análise da página do Facebook).

A noção de situação colaborou para que pudéssemos elaborar uma análise dos dados produzidos articulando essa constelação de fragmentos, anotações, impressões, estranhamentos e conceitos arrematados ao longo da pesquisa.

4.3.1 Situação 1 - Multiterritórios no Al Janhia: redes que se encontram, entre o on-line e o presencial durante a pandemia

Espaço coletivo e vivido por uma multiplicidade de territórios e de culturas híbridas, sejam online ou materiais, para compreendermos o Al Janhia, é necessária essa observação, análise e compreensão de seus multiterritórios (HAESBAERT, 2003), observando as suas

dinâmicas, comportamentos dos frequentadores e usuários, além das diferenças e semelhanças entre esses múltiplos espaços.

Como já citado em outros capítulos, o Al Jannah é entendido como multiterritorialidade, formando-se através de várias redes sejam elas físicas ou virtuais que ali se cruzam, feitas por pessoas que carregam em sua subjetividade e em suas experiências de vida diferentes territorialidades vividas, físicas ou digitais, as quais também fazem essas vivências simultâneas existirem. Desse modo, diferentes espaços se cruzarem e entrecruzarem, diferentes coletivos e subjetividades se encontrarem e dialogam nesses territórios entrecortados pelas identidades diaspóricas e híbridas. Assim o Al Jannah é tecido e construído nesses territórios.

A seção que segue busca observar primeiramente o território on-line através da página do Facebook e depois o território físico do Al Jannah, observando semelhanças, diálogos, bem como suas especificidades, destacando as questões acerca do ativismo presente nesses espaços, bem como as questões culturais.

Primeiramente, iremos analisar o Al Jannah durante a pandemia da Covid-19 no ano 2020, utilizando a sua página do Facebook, para isso foram levantadas algumas questões e inquietações pertinentes ao momento vivido. Procurou-se explorar a percepção do público frequentador antes e durante a pandemia, além das postagens feitas pelo Al Jannah neste mesmo período. Na ampliação dessa abordagem de inspiração etnográfica, utilizamos aqui também dados e narrativas fruto das conversas informais com o dono do espaço, Hasan Zarif. A metodologia adotada foi o trabalho de campo de inspiração etnográfica digital e presencial. No caso da digital, analisei a página do Facebook do Al Jannah nos meses de janeiro, maio e outubro de 2020, no campo presencial, fui até o espaço durante o seu fechamento devido à pandemia da Covid-19, com o objetivo de conhecer o Al Jannah, como também dialogar com os profissionais e com o dono do espaço.

Pretende-se com essa análise, observar como se configura o Al Jannah, um espaço coletivo, ativista, político e cultural de grupos minorizados, capaz de aglutinar, ressoar e reivindicar pautas vinculadas às questões urbanas e translocais, como é o caso da luta em prol da causa palestina, seja de forma atuante, dinâmica, material, festiva, de entretenimento, tanto pelas redes digitais como no local.

Como já foi explicado, o motivo que me levou a essa metodologia entre a antropologia digital e a presencial, foi em razão da pandemia da Covid-19, que vivemos ao longo do ano de 2020 até o presente momento (março de 2022). Em março de 2020, o Al Jannah teve que fechar

as suas portas atendendo apenas pelo delivery. Assim, os meios de contato do espaço com os seus clientes foram o site, o Instagram e o Facebook. Em vista disso, optei pelo Facebook como instrumento de análise, por dois motivos: primeiro por ter mais familiaridade com essa rede social e o segundo porque o Al Janiah utiliza a sua página do Facebook desde a fundação do espaço, em 2016, sendo o seu principal canal de comunicação com os seguidores, amigos e clientes.

Mas o que seria etnografia digital ou antropologia digital? Como já foi relatado acima, é o estudo minucioso da internet, do que um dia já chamamos de mundo virtual (quase como oposição ao presencial), preocupando-se em rastrear, investigar, especificar e observar desde um texto em blog, comentários em uma live, até emojis no Facebook. Para essa tarefa, é necessário que o pesquisador esteja com um olhar aguçado, tanto para observar o que está posto na internet, como também se perguntar o porquê de certas informações não estarem ali.

Como em todo estudo, o pesquisador precisa definir muito bem o seu objeto de estudo, as suas problemáticas, o seu aporte teórico. A etnografia digital de modo algum foge a essas regras, e o pesquisador deve definir o que ele quer analisar, chamamos isso de campo, que pode ser um site, um blog, uma plataforma de redes sociais. Em seguida, deve ser definido o que ele quer encontrar ao analisar esses campos, bem como, a base teórica a qual sustenta a sua pesquisa. Vale destacar que no decorrer da pesquisa, o campo pode mudar, as perguntas podem ser outras, como também a teoria, pois assim como o sujeito de pesquisa muda ao ser investigado, o pesquisador também altera as suas perspectivas, análises, problemáticas e subjetividades no decorrer da pesquisa.

Dito isso, é preciso ressaltar que essa tarefa da etnografia digital não é nada fácil, uma vez que é preciso desenvolver o faro, a delicadeza e um grau de percepção para analisar aquilo que está posto e ao mesmo tempo não está. De modo que é necessário observar além de comentários, emojis, curtidas e compartilhamentos em sua descrição, mas também a ausência destes. Nas palavras de Fernanda Bruno (2012, p. 4), seria observar e rastrear:

(...) as pegadas que deixamos nas redes de comunicação distribuída, especialmente na internet, onde toda ação deixa um rastro potencialmente recuperável, constituindo um vasto, dinâmico e polifônico arquivo de nossas ações, escolhas, interesses, hábitos, opiniões etc.

Segundo a autora, comunicar é deixar rastros, seguindo o conceito ator-rede de Bruno Latour, explicitando a importância de analisar as redes para a construção do que significa o ser social. A ideia de ator-rede, de Latour, é contrária à corrente da Sociologia clássica, a qual tenta explicar a sociedade através de conceitos e instituições. Segundo Latour (2004), devemos nos interessar e nos preocupar com as interações feitas pelos homens com os objetos e vice-versa, em uma rede de atores humanos e não humanos permeada por interações dinâmicas que ocorrem entre os actantes. Os mediadores são aqueles que trazem a dinâmica das interações sociais, transformando uma situação social, um exemplo de actante na contemporaneidade é a internet e as redes sociotécnicas, como Youtube ou Facebook.

Nessa perspectiva, optamos por analisar a página do Facebook do Al Janhia nos meses de janeiro, maio e outubro de 2020. Devido à pandemia, o espaço fechou as portas no dia 15 de março de 2020, atendendo apenas pelo delivery, e só retornou o atendimento presencial no dia 2 de setembro de 2020, quando as taxas de infectados e números de mortes por dia haviam diminuído, fazendo com que o estado de São Paulo voltasse para uma fase chamada “amarela” do Plano São Paulo, para combater a Covid-19. Na fase amarela, foi permitida a reabertura de bares e restaurantes seguindo os protocolos sanitários. É interessante percebermos que apesar do isolamento social realmente ter acontecido nos primeiros meses da pandemia, com índices acima de 50%, com o passar dos meses houve um afrouxamento, registrado principalmente nos meses de outubro e novembro de 2020, aumentando assim a circulação do vírus novamente, e consequentemente o aumento da taxa de infectados e de mortes após poucos meses de queda. Por este motivo, optou-se pela abordagem da antropologia digital, pois a ida a campo se viu limitada e restringida pela Covid-19.

A produção de dados foi realizada em três meses do ano de 2020 — janeiro, maio e outubro. A observação de dados no mês de janeiro se fez importante para analisar e comparar como era o consumo cultural do Al Janhia antes da pandemia, bem como a movimentação e articulação de informações nas redes sociais nos meses pandêmicos, como maio (durante a pandemia) e outubro (durante a pandemia, mas já com reabertura do bar, sem eventos, atendendo apenas 10 mesas no espaço). Para isso, foram analisadas todas as postagens e todos os comentários, compartilhamentos e emojis, dos meses de janeiro, maio e outubro. Assim, foram selecionados e analisados os dados e informações mais pertinentes ao estudo do consumo cultural e político.

Por meio de um sistema de compilação e tabulação dos dados, foi possível observar as postagens que mais repercutiram, seja em reações, emojis, comentários ou compartilhamentos.

Foi realizada uma tabulação desses dados para cada mês, contemplando os dias e os seus conteúdos das postagens. A partir disso, foi possível classificar as postagens mais relevantes para o público frequentador do Al Janiah.

Na pesquisa qualitativa, foram analisadas as postagens na forma descritiva crítica, sendo o critério de seleção das postagens elencado com base na tabulação dos dados. Assim, nas seções *política e cultura* do quadro geral, foi realizada a escolha das postagens que mais se destacaram, seja em emojis, comentários ou compartilhamentos. Pretende-se com isso, observar os diálogos e as interações da página do Facebook do Al Janiah com o seu público, desde graus de aceitação, comentários, preocupações e discussões entre os membros. Além de analisar a produção dessas postagens e a sua recepção, bem como observar a produção de conteúdo cultural e ativista do espaço.

Sobre a página do Al Janiah no Facebook, ela foi criada no dia 30 de dezembro de 2015 e possui um resumo sobre o espaço: *“O Al Janiah é um espaço político e cultural, com um bar e restaurante de culinária árabe no bairro do Bixiga (São Paulo). Fique atentx a nossa programação na aba de eventos e bem vindes! Ahlan ua Sahlan!”*. Além disso, é descrita a disponibilidade do horário de funcionamento do bar: *“Abrimos de terça a sábado, às 18h o bar e às 18h30 a cozinha”*.¹³ Observamos, também, o número de seguidores, que atualmente (em abril de 2022) é de 51.454, além de disponibilizar informações como: site oficial, e-mail, canal de comunicação via mensagem, páginas relacionadas, fotos e vídeos postados por eles.¹⁴

O logo do Al Janiah no Facebook era, em outubro de 2020, um círculo com faixas coloridas, com os dizeres: “Ele Não, Al Janiah”, representando assim a igualdade no círculo, a pluralidade nas cores e a resistência com a frase “Ele Não”, que faz menção ao slogan criado pela esquerda, durante as eleições de 2018, contra o político Jair Messias Bolsonaro. As recomendações e avaliações da página Al Janiah apresentam valor 4 (numa escala de 1 a 5), com base na opinião de 316 pessoas.

Observando novamente a página, em março de 2022, vemos que algumas coisas mudaram. O logo atual apresenta um círculo amarelo escrito “Al Janiah” em árabe e português

¹³ Disponível em: <https://www.facebook.com/aljaniah01>. Acesso em: 01 maio 2022.

¹⁴ Dados observados na página do Facebook do Al Janiah em março de 2022, contém uma descrição: “O Al Janiah é um espaço político e cultural, com um bar e restaurante de culinária árabe no bairro do Bixiga (São Paulo). Fique atentx a nossa programação na aba de eventos e bem vindes! Ahlan ua Sahlan!”, “Abrimos de terça a sábado, às 18h o bar e às 18h30 a cozinha, 51.454 seguidores”. Disponível em: <https://www.facebook.com/aljaniah01>. Acesso em: 15 mar. 2022.

e abaixo a frase: “Fora, Bolsonaro”. E na avaliação, o local recebe valor 4,5 (numa escala de 1 a 5) em um total de 3.091 avaliações.¹⁵

Dito isto, vamos agora para a análise quantitativa e qualitativa do Al Janhia:

Tabela 1 - Postagens políticas (janeiro de 2020)

Postagens políticas	Conteúdo	Nº de postagens no mesmo dia	Nº de emojis	Nº de comentários	Nº de compartilhamentos
Dia 1	Ataque a porta dos fundos	1	85	1	14
Dia 4	#FREEMAYSABUGHOSH	1	323	17	83
Dia 21	The Intercept Brasil	1	27	0	14
Dia 22	Ato Ecumênico	1	26	0	0
Dia 29	#MagôPresente	1	56	2	8

Fonte: elaborado pela autora.

Na seção que chamamos de “política”, houve no total 5 postagens que mais se repercutiram, dentre elas as que mais se destacaram em números de emojis, compartilhamentos e comentários, foram: “#FREEMAYSABUGHOSH”, em primeiro lugar, “Ataque a porta dos fundos” em segundo e “#MagôPresente, Ato contra o feminicídio” em terceiro, portanto essas três postagens serão contempladas em sua análise qualitativa.

Vale ressaltar que a análise qualitativa foi feita com base na análise quantitativa, porém não podemos descartar as postagens que não tiveram um grande número de acessos, comentários, curtidas e compartilhamentos, pois elas também são importantes. Essa é uma questão que me preocupou muito durante a pesquisa sobre como tratar os dados, pois algumas postagens de conteúdos muito polêmicos e que tratavam de pautas minoritárias, não teve tanta a atenção e a adesão do público frequentador. Foi o caso, por exemplo, da postagem do dia 31 de janeiro de 2020: “mulheres e Hip Hop”, a qual obtive apenas 4 curtidas, nenhum comentário e nenhum compartilhamento. Esse assunto é problemático e mereceria uma análise mais detalhada, a qual não será contemplada neste trabalho.

A postagem que ficou em primeiro lugar na seção política, foi “#FREEMAYSABUGHOSH”, postada em 04 de janeiro de 2020, que demonstra a luta e a resistência da Palestina. Essa postagem denuncia os crimes cometidos pelo Estado de Israel aos

¹⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/aljanhia01/photos/a.183077422046810/1527458474275358/>. Acesso em: 31 mar. 2022.

meios de comunicação palestinos¹⁶. A publicação trata da prisão de Mays Abu Ghosh, uma jornalista palestina que está presa pelo Estado de Israel desde 28 de agosto de 2019. Não é explicitado o motivo da prisão, mas subentende-se que o motivo seja de ordem política. No final da postagem, temos a fala do pai de Mays, ele diz “que quando Israel matou seu filho ele ficou devastado, mas hoje está ainda mais triste pela prisão da filha, por ser uma mulher sob todo o tipo de violência”. Logo abaixo do texto, vemos uma imagem de Mays, com os dizeres: “Free Mbu Ghosh Palestinian journalism student arrested by the Israel occupation since 18 of august 2019”¹⁷.

Nesta postagem “#FREEMAYSABUGHOSH”, foram contabilizados ao todo 323 reações, sendo 139 emojis chorando, 107 emojis de curtidas, 73 emojis bravos, 3 emojis surpresos e 1 emoji de coração. A participação do público feminino, com emojis na publicação, foi de 65%.

Em relação aos comentários, a postagem teve 17 comentários no total, entre eles, 10 eram apenas com a hashtag “#freemaysabughosh”, 1 de um cliente homem se posicionando (“nossa que horror, que podemos fazer para ajudá-la?”). Vale mencionar que dos 17 comentários, 8 foram feitos por mulheres. Já os números de compartilhamentos da postagem foram de 83, no total, sendo que 50% deles foram feitos por mulheres.

Essa postagem política foi a mais compartilhada dentre todas as postagens das seções política e cultura no mês de janeiro. Também ficou em segundo lugar como postagem que teve mais emojis. Percebemos uma forte participação do público feminino, tanto nas reações, comentários e compartilhamentos. Talvez, por Mays ser uma mulher isso chame a atenção desse público, destacando um grau de empatia para o fato, bem como de solidariedade. Para além do público feminino, o post chama a atenção do público em geral, por se tratar de um assunto que não é veiculado pela grande mídia brasileira, mas que é de suma importância para todos que defendem os grupos minorizados, os direitos humanos, bem como o fim da segregação imposta pelo Estado de Israel.

¹⁶ Segundo a matéria do jornal *Memo* (Monitor do Oriente Médio), publicada no dia 01 de novembro de 2021, o Estado de Israel cometeu 3.678 atos de violência contra jornalistas desde o início de 2021, ocorrendo a destruição de 59 instituições de mídia palestinas e 94 prisões, detenções, hostilidades e deportações contra jornalistas nos territórios palestinos ocupados. Disponível em: <https://www.monitordoorientem.com/2021/11/01-jornalistas-palestinos-pedem-protacao-internacional-contra-violacoes-israelenses/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

¹⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/aljaniah01/photos/a.183085975379288/1047974978890379>. Acesso em: 20 jan. 2021.

Imagem 11 – Mays Abu Ghosh

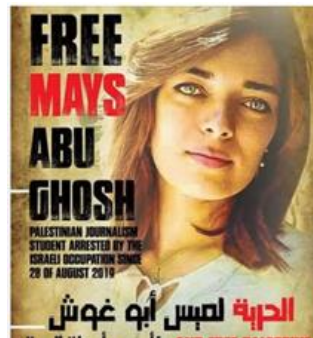


Figura: <https://www.facebook.com/aljaniah01/photos/a.183085975379288/1047974978890379>.

Em segundo lugar, tivemos a postagem “*Ataque a porta dos fundos*”, postada no dia 1 de janeiro de 2020 que segue com um texto, um link para a notícia retirada do jornal El País e uma foto sobre o ataque ocorrido à sede do grupo Porta dos Fundos. Além disso, no texto da postagem, também é feito referência ao ataque ocorrido no bar Al Janiah¹⁸, no mês de setembro de 2019, realizado por grupos fascistas.

Nesta postagem, a recepção do público frequentador da página foi de 85 reações, sendo 74 emojis de curtidas, 6 emojis chorando, 3 emojis de coração e 2 emojis bravos. Dentre as 85 reações, 45 foram feitos por mulheres e 40 por homens. A publicação teve no total 14 compartilhamentos, e apenas 1 comentários sem palavras – apenas o emoji de três palmas e uma curtida. Podemos observar nesta postagem que, além dela denunciar atos fascistas contra locais de resistência, a exemplo do bar Al Janiah, ela também pontua o cenário político brasileiro atual, a partir da eleição de Jair Bolsonaro, no qual houve um retrocesso nas pautas minoritárias e um crescimento dos setores reacionários e ataques à liberdade de expressão.

Ao analisar o total de 85 reações, vemos a aceitação do público da página à questão da resistência que esses locais, assim o bar Al Janiah e o estúdio do canal Porta dos Fundos são reconhecidos como lugares de luta, contra a violência, o ódio e o extremismo fascista. O fato de termos mais mulheres do que homens reagindo com emojis, mesmo que seja uma diferença

¹⁸ <https://www.brasildefato.com.br/2019/09/02/para-fundadores-al-janiah-foi-atacado-por-ser-de-esquerda-nao-foi-so-xenofobia>

de apenas 5 mulheres, demonstra o interesse e a interação desse grupo para questões políticas, bem como a necessidade de participação que na sociedade brasileira ainda lhes é mais renegada.

Imagem 12 – Ataque ao Porta dos Fundos



Fonte:

<https://www.facebook.com/page/183073728713846/search/?q=ATAQUE%20A%20PORTA%20DOS%20FUNDOS>.

Para além das questões de gênero, é interessante perceber o quanto esse ataque repercutiu nas mídias hegemônicas, para compreendermos melhor o porquê desse ataque à sede da emissora do Porta dos Fundos. Não podemos perder de vista o episódio especial de Natal de 2019, recém-lançado na Netflix, que tratava da homossexualidade¹⁹. Logo, grupos extremistas, homofóbicos, evangélicos e conservadores não aprovaram essa iniciativa, acusando inclusive o Porta dos Fundos de ir contra a fé dos cristãos e de promoverem charlatanismo com a imagem de Cristo.

A questão gerou polêmicas e controvérsias, dividiu opiniões e até alguns questionamentos foram suscitados, sobre até que ponto pode ir a liberdade de expressão. Polêmicas à parte, o ataque ao Porta dos Fundos foi configurado como um ato terrorista e não homofóbico, escondendo alguma das motivações reais que levaram esses homens a praticarem esse crime. De vítima, a emissora do Porta dos Fundos passou a ser vista como vilã, sendo culpada por fazer uso da sua liberdade de expressão. Dessa maneira, valores democráticos e

¹⁹ O episódio especial de Natal de 2019 retratou Deus mentiroso, Maria como adúltera e usuária de drogas e Jesus Cristo como homossexual. Segundo o site Poder360, depois da divulgação do especial, surgiram petições para retirar o programa do ar. Vários líderes religiosos entraram com ações pedindo a suspensão.

republicanos são deturpados, vítimas se tornam culpados e as pautas minoritárias se tornam invisíveis, vistas sob um olhar reacionário, podando-as antes mesmo delas existirem.

Por fim, em terceiro lugar nas postagens políticas de janeiro de 2020, temos “#MagóPresente, Ato contra o feminicídio”, postado no dia 29 de janeiro de 2020. A postagem é composta de um texto e abaixo dele uma imagem de Magó, dançarina, vítima de estrangulamento e violência sexual no dia 26 de janeiro de 2020 na cidade de Curitiba- PR²⁰, com os dizeres: “A vida pede passagem #Magó Presente, sábado 01 de fevereiro 16h00-Curitiba em frente ao teatro Guaíra”. Iremos analisar um pouco do texto e depois a imagem emblemática de Magó. Diz o texto: “queremos todas as mulheres vivas! ato em respeito à memória e vida da Maria Glória, bailarina cheia de vida e alegria e de todas as mulheres cujas vidas foram interrompidas por essa doença que é a misoginia e o machismo”²¹.

Imagem 13 – Foto de Magó



Fonte: <https://www.facebook.com/aljaniah01/photos/a.183085975379288/1069151096772767/>.

O texto categoriza a misoginia e o machismo como doenças. Essa doença produzida e reproduzida pela sociedade, a qual reforça padrões e interrompe a vida das mulheres. Seres estereotipados, as mulheres são enquadradas como inferiores, dóceis e “do lar”. Quando a vida

²⁰ Em Matéria realizada no G1, dia 07 de dezembro de 2021, retrata o caso do feminicídio de Magó, Maria Glória Poltronieri Borges, dançarina, 25 anos, foi encontrada morta no dia 26 de janeiro de 2020, em uma chácara em Mandaguari-PR, onde tinha ido acampar. Exames do Instituto Médico-Legal (IML) comprovaram que ela sofreu violência sexual e foi asfixiada. O culpado é Flávio Campana, que está preso desde 28 de fevereiro de 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/pr/norte-noroeste/noticia/2021/12/07/acusado-de-matar-bailarina-mago-fica-em-silencio-durante-interrogatorio-em-mandaguari.ghtml>. Acesso em: 10 jan. 2022.

²¹ Disponível em: <https://www.facebook.com/aljaniah01/photos/a.183085975379288/1069151096772767/>. Acesso em: 10 jan. 2022.

das mulheres não é interrompida, a misoginia torna a vida delas um extremo caos, repleto de violência doméstica, física, psíquica ou simbólica. A pergunta que fica é: com que direito eles fazem isso? Com que direito eles abusam do nosso corpo, subestimam a nossa capacidade intelectual, violentam a nossa autoimagem, fazendo-nos sentir seres incapazes.

Por fim, o texto do post termina com os dizeres: “*#Paremdenosmatar #bastadefemicídio #magópresente Magó vive! Mago é amor! Amor e liberdade!*”. Em um ato de denúncia contra o feminicídio²², o qual é pouco veiculado pela grande mídia, mas extremamente recorrente, o texto demonstra o quanto esse tipo de pauta e manifestações são importantes, tanto para futuras mudanças sociais, quanto para a reflexão sobre esse problema social, o qual já se tornou uma doença, mas que ainda hoje, é visto com um certo grau de invisibilidade e naturalidade. A frase “Magó vive!” representa a luta de todos os corpos femininos contra essas atrocidades, vale dizer que essa luta, é uma luta diária, ela perpassa pelas nossas relações domésticas, pela criação dos nossos filhos e filhas, pela nossa atuação profissional, essa luta é contínua, difícil, mas necessária.

Analisando brevemente a imagem no post, é uma foto estilizada de Magó, no primeiro plano vemos rosto de Maria Glória com os cabelos soltos e esvoaçantes decorado com flores, passarinhos, um esquilo, borboletas e golfinhos, no segundo plano, de fundo, temos uma imagem de mata fechada, com os dizeres: “A vida pede passagem #Magó Presente”. Ao observar a imagem, podemos perceber a luta pelo corpo feminino, na figura de Magó, como também a luta pela vida, pela natureza e pela liberdade. A imagem transmite a ideia de paz, de amor, de tranquilidade, de liberdade, de equilíbrio entre o ser humano e a natureza, o completo oposto do que Mago sofreu. Essa mensagem é reforçada pelos dizeres da postagem: “Mago vive! Mago é amor! Amor e liberdade!”. A imagem, além de trazer como pauta central a luta contra o feminicídio, demonstra o poder de cura a partir da reconexão do homem com a natureza e a cura para o patriarcalismo que mata. Essa imagem demonstra a vida e o poder que a sociedade tem em se refazer, pleiteando um futuro mais justo e igual para todas as pessoas.

Seguiremos para a análise da seção que chamamos “cultural”, na qual foram elencados os posts de eventos. Esses posts ocorrem em quase todos os dias de janeiro, começando a partir

²² Fórum Brasileiro de segurança pública aponta dados preliminares de violência letal contabilizam 1.319 mulheres vítimas de feminicídio no último ano (2021), decréscimo de 2,4% no número de vítimas; e 56.098 estupros (incluindo vulneráveis), apenas do gênero feminino, crescimento de 3,7% em relação ao ano anterior. Apenas entre março de 2020, mês que marca o início da pandemia de covid-19 no país, e dezembro de 2021, último mês com dados disponíveis, foram 2.451 feminicídios e 100.398 casos de estupro e estupro de vulnerável de vítimas do gênero feminino. Disponível em: <https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2022/03/violencia-contra-mulher-2021-v5.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2022.

do dia 2 até o dia 31 de janeiro de 2020. Ao todo foram realizadas 44 postagens, que englobam desde eventos musicais, como “Soledad canta Gal Costa”, “Tributo ao Secos e Molhados”, publicação e lançamento de livros, entre outros. Os eventos musicais contemplam grupos que tocam música afro-brasileira, latino-americana e MPB, bem como grupos que fazem homenagens a cantores e bandas, como tributos, por exemplo. As apresentações musicais ocorriam majoritariamente no período noturno entre 19 horas até as 23 horas. O valor da entrada para os shows variava de dez a quinze reais. Segue abaixo a Tabela 2, sobre as postagens culturais:

Tabela 2 – Postagens culturais (janeiro de 2020)

Postagens Culturais	Conteúdo	Nº de postagens no mesmo dia	Nº de emojis	Nº de comentários	Nº de compartilhamentos
Dia 2	Duo Zaidu	1	30	0	0
Dia 2	Try Blues	2	24	0	0
Dia 2	Especial Secos e Molhados	1	569	27	0
Dia 3	Soledad, canta Gal Costa	2	30	0	0
Dia 4	Con un grito em la voz	1	104	4	0
Dia 6	lançamento do livro Preciso	1	8	0	0
Dia 7	Tributo à mercedes Sosa	1	56	11	4
Dia 7	Baile da pesada	1	11	0	0
Dia 8	Duo Zaidu	1	7	1	0
Dia 8	Naka e os piranhas	1	13	1	0
Dia 8	Mondhoro Timbiraçu	1	5	1	0
Dia 8	vídeo conteúdo não disponível	1	81	9	1
Dia 9	Baile da pesada	1	13	0	0
Dia 10	Bolero Freak e Dj Marcel Rouge	1	5	0	0
Dia 11	Baile do Sá	1	15	0	0
Dia 11	Mistura popular	1	6	0	0
Dia 13	Grupo musical Mondhoro Timbiraçu	1	6	0	0
Dia 13	América Latina canta	1	26	1	0
Dia 13	Tambos de Crioula	1	20	0	0
Dia 14	América latina canta	1	18	1	2
Dia 15	Naka e os piranhas	1	13	3	2
Dia 16	Grupo Sarrabulho	1	11	0	2
Dia 17	Tributo a secos e molhados	1	53	1	6
Dia 18	Cordão do barbosa + Bloco do Fuá	1	18	0	3
Dia 19	Vídeo do Tributo ao secos e molhados	1	14	3	0
Dia 20	Max Gonzaga	1	7	0	1
Dia 20	Trio xique xique	1	13	0	0
Dia 20	Festa Bola e Arte	1	5	0	0
Dia 21	Sarau Sar Africa	1	20	0	6
Dia 22	Buarque-se	1	80	2	0
Dia 23	Acadêmicos da Ursal	1	105	15	12
Dia 23	Bloco do água Preta e eu acho é Coco	1	37	5	0
Dia 24	Trio Xique Xique	1	10	0	2
Dia 25	Blocos do Fuá e Maiô no Rêgo	1	11	0	2
Dia 26	Vídeo (problemas na reprodução)	1	0	0	0
Dia 27	Marcelo Lavrador Trio	1	0	0	0
Dia 27	Mayombe Afro Latino	1	20	0	0
Dia 28	Mayombe Afro Latino	1	6	0	0
Dia 28	Frank Lemos apresenta Ye- niewo	1	2	0	0
Dia 29	Dj Lemmy e Dj Gustavo Caram	1	2	0	0
Dia 30	Esquenta carnaval	1	4	1	0
Dia 30	Dani Matos e toque de Bambas	1	9	0	0
Dia 30	Pré-carnaval Di preto + Spíñhera	1	4	0	0
Dia 31	Bloco agora vai	1	35	13	0
Dia 31	mulheres e Hip Hop	1	4	0	0

Fonte: elaborado pela autora.

Para essa análise, foram selecionadas as três postagens que mais tiveram repercussão, são elas “Especial Secos e Molhados”, “Bloco de carnaval Acadêmicos do Ursal” e “Con un grito em La voz”. Cada uma dessas postagens, será analisada a seguir.

Em primeiro lugar, temos a postagem sobre o evento “Especial Secos e Molhados (Tributo)”, publicada no dia 2 de janeiro de 2020. Esse foi o post com maior repercussão em reações e comentários, recebendo 569 reações e 27 comentários. Destas 569 reações, 488 foram curtidas, 61 emojis de coração, 19 emojis de surpresa e 1 emoji de gargalhada. A postagem

também contou com uma maior participação feminina, que teve 65% de participação nas reações, e, dos 27 comentários, 15 foram feitos por mulheres. Quanto ao número de compartilhamento do evento, este não obteve nenhum registro. Sobre os 27 comentários, boa parte deles consistia em algumas pessoas convidando seus amigos para o evento, outras questionando se menores de idade acompanhados do responsável poderiam frequentar o evento e alguns comentários de elogio e/ou saudação à banda (“Amo vocês Camarão Blues!!” e “Sensacional”, diziam alguns desses comentários).

Imagem 14 – Tributo a Secos e Molhados



Fonte: <https://www.facebook.com/aljaniah01/photos/a.201761906845028/1060008851020325/>.

A postagem é composta de uma imagem da banda Secos e Molhados, tendo cerca de 1.996 pessoas aceitado o convite para o evento. Podemos observar que além da postagem representar um gosto musical do público Al Janhia, também representa um gosto geracional, pois a banda é da década de 1970. A partir disso, conseguimos ter uma ideia da faixa etária frequentadora do bar, como também a preferência nos estilos musicais. Ao escolher um especial sobre o grupo Secos e Molhados como o evento musical mais importante do mês de janeiro, o público demonstra seus gostos e afetos. De certa maneira, o público reconhece o grupo Secos e Molhados como precursor de pautas progressistas importantes, tendo-se em vista o perfil transgressor do grupo pelas performances no palco, pelos figurinos, pelas maquiagens extravagantes, pelas danças originais e pelas canções que iam contra ao status-quo, pois protestavam contra a ditadura da época, enfatizavam a diversidade de gênero e de sexualidade, que criou lastro na década de 1970 e nas seguintes.

Em segundo lugar, temos a publicação sobre o evento “Bloco de carnaval Acadêmicos do Ursal”, postada no dia 23 de janeiro de 2020. O post apresentou 105 reações, 15 comentários e 12 compartilhamentos. Entre as reações, 81 foram curtidas, 23 emojis de coração e 1 emoji de gargalhada. A postagem contou com a participação de 72 mulheres. Dos 15 comentários,

todos eles eram de usuários convidando amigos para participarem do evento. Tal repercussão se deve ao fato de a Ursal representar o público da esquerda progressista e festiva muito presente no Al Janhia, como também a representatividade de um bloco de rua de esquerda, às vésperas do carnaval.

Essa postagem possui um texto e uma imagem do bloco de rua com pessoas vestidas de vermelho, tocando e dançando, com os dizeres: “Acadêmicos da URSAL, sexta, 24/01 -23h no Al Janhia, 269, Bixiga -SP”. Referente ao texto, podemos observar o quanto ele demonstra a ideologia da esquerda ao enfatizar: “Fundado por camaradas do saudoso Bloco Soviético, o Acadêmicos da Ursal mistura marchinhas clássicas dos antigos bolcheviques com composições da sua nova alma latina, que define sua linha revolucionária, de esquerda festiva em ritmo latino”²³. Assim podemos observar que, para além do teor festivo, esse bloco representa a luta de classes, a denúncia às desigualdades e a esperança por dias melhores. Dessa maneira, a postagem representa o público frequentador do Al Janhia, ainda que de maneira irônica e enfatizando o hibridismo entre valores pretensamente bolcheviques e a festividade latina.

Imagem 15 – Acadêmicos da Ursal



Fonte: <https://www.facebook.com/aljanhia01/photos/a.201761906845028/1064491870572023/>.

Por fim, em terceiro lugar temos o evento “Con un grito em La voz”, postado no dia 4 de janeiro de 2020. Contou com 104 reações, das quais 86 foram de curtidas, 16 emojis de coração, 2 emojis de surpresa. A participação feminina foi de 78 mulheres. Essa postagem teve 4 comentários, que consistiam em usuários convidando amigos para o evento e não ocorreu nenhum compartilhamento. No total, 324 pessoas aceitaram o convite para o evento musical. Essa postagem não possui texto, apenas uma imagem da cantora argentina Mercedes Sosa de

²³ Disponível em: <https://www.facebook.com/aljanhia01/photos/a.201761906845028/1064491870572023/>. Acesso em: 01 maio 2022.

costas, trajando uma roupa vermelha, com os braços levantados, dando a impressão de que estava cantando. Além disso, na própria imagem temos os dizeres: “Con un grito em la voz!! Tatiana Ferraz e Jara Arrais, um tributo à Mercedes Sosa”.

A partir dessa repercussão, conseguimos visualizar as pautas, repertórios e gostos musicais do público do Al Janhia. Mercedes Sosa cantora latino-americana de origem argentina, em sua música sempre procurou denunciar a expropriação feita pelos espanhóis, o imperialismo, além de enfatizar a cultura indígena e folclórica desses povos, tendo se tornado um ícone transnacional sobre certa identidade latino-americana contra ditadura. Com isso, podemos vislumbrar os estilos e gostos musicais do público do Al Janhia, como também as pautas e bandeiras levantadas e apoiadas por eles.

Imagem 16 – Tributo à Mercedes Sosa



Fonte: <https://www.facebook.com/aljanhia01/photos/a.201761906845028/1050407965313747/>.

Concluindo a observação e a análise referentes às postagens do mês de janeiro, podemos observar que o consumo cultural e o viés político do Al Janhia são de uma esquerda progressista, que reúne diversidade cultural com luta política. Assim, diferentes pautas são contempladas nas postagens, que vão desde eventos culturais a conteúdos políticos. Entre os assuntos abordados, destacam-se, principalmente, as denúncias de crimes contra os grupos minorizados, que a grande mídia não cita e não se importa, como os presos políticos na Palestina, os massacres cometidos na América Latina e os crimes de feminicídio. Entre todas as postagens, as que mais nos chamaram a atenção foram as postagens vinculadas à questão de gênero, como a postagem do “Ato contra o feminicídio *#Magópresente*” e “*#FREEMAYSABUGHOSH*”. Podemos observar, portanto, o quanto o Al Janhia se associa e visibiliza questões em prol das minorias e dissidências, que neste caso, são a mulher negra, branca, mestiça, lutando no âmbito musical artístico ou em ativismos diversos.

Chama a nossa atenção também como as atividades mais amplas do Al Janhia, seja no Facebook ou presenciais, que embora separemos o político do cultural neste trabalho para fins de organização, a cultura não é campo apartado dos sentidos políticos. Como já discutimos no capítulo 2, sobre a perspectiva dos Estudos Culturais, a cultura é política, é campo de disputas de sentidos, de posicionamento, de visibilização de causas e meio de expressão de ativismos e pautas de diversas ordens.

A partir do mês de maio de 2020, com a pandemia em pleno curso, os eventos políticos e culturais não existiram no Al Janhia e as postagens foram escassas no Facebook. Em todo o mês, observou-se apenas três postagens políticas e quatro culturais. Com isso, podemos concluir que os eventos culturais e políticos não migraram para a plataforma on-line de maneira automática, diferente do que ocorreu em diversas instituições de ensino ou culturais, como museus, pinacotecas, teatros e empresas. O Al Janhia não conseguiu manter o ritmo de produção dos eventos culturais que possuía antes da pandemia migrando para o virtual. Isso foi explicado em uma conversa informal com Hasan Zarif — dono do Al Janhia —, no dia 26 de setembro de 2020. Ele afirmou que estava muito mais preocupado em pagar os funcionários e os pequenos fornecedores do Al Janhia, e que realmente os eventos culturais ficaram esquecidos durante esse período, com exceção de pequenas “lives” realizadas ao longo dos meses no decorrer da pandemia. De modo geral, os números de postagens do final de março até o mês de novembro de 2020 caíram vertiginosamente.

Devido ao número reduzido de postagens no mês de maio, serão analisadas apenas uma postagem política e cultural levando em consideração a mesma regra, sempre a postagem que teve maior repercussão entre os seguidores será examinada. Segue abaixo a tabela 3, com postagens políticas e a tabela 4, com postagens culturais.

Tabela 3 – Postagens políticas (maio de 2020)

Postagens políticas	Conteúdo	Nº de postagens no mesmo dia	Nº de emojis	Nº de comentários	Nº de compartilhamentos
Dia 7	Voltaremos	1	453	0	17
Dia 11	Live: A memória dos 72 anos da NAKBA	1	63	6	34
dia 16	Campanha Sapopeniba bem em casa	1	22	0	8
Dia 30	Somos Democracia	2	256	52	27

Fonte: elaborado pela autora.

Tabela 4 – Postagens culturais (maio de 2020)

Postagens Culturais	Conteúdo	Nº de postagens no mesmo dia	Nº de emojis	Nº de comentários	Nº de compartilhamentos
Dia 16	live Cultural , Dabke: história da dança	1	13	2	3
Dia 16	Sarau do Toninho	1	12	0	0
Dia 22	Live O Pl 227 e a defesa da cultura na pandemia	1	29	0	7
Dia 23	Live às 18h A cultura durante a pandemia	2	30	2	4

Fonte: elaborado pela autora.

Na seção política, houve apenas quatro postagens e a que mais repercutiu foi a “*Voltaremos*”, publicada no dia 7 de maio de 2020. A postagem apresentou 453 reações, das quais 417 curtidas, 28 emojis de coração, 7 emoji de abraço e 1 emoji de surpresa, 17 compartilhamentos e nenhum comentário. A publicação obteve 50% de participação feminina.

Essa postagem conta com um texto e logo abaixo uma foto em preto e branco de uma família palestina. O texto trata das organizações que lançaram um comunicado, assinado também pelo Al Jannah, no qual pedem o fim das lideranças corruptas da Autoridade Nacional Palestina. Além disso, o texto destaca um ato político na luta pela Palestina, contra a segregação e a perda de direitos políticos, sociais e econômicos sofridos pelos palestinos, o texto também motiva que mais organizações e movimentos assinem o ato.

Na foto, em preto e branco, não há nenhuma legenda ou data, temos uma imagem bem emblemática de uma família palestina. Mulheres com vestidos e véus e homens com calças e paletós, essa foto suscitou várias inquietações em minha própria subjetividade. Ao todo, são vinte pessoas, incluindo adultos e crianças e nessa imagem podemos perceber diferentes gerações, temos oito mulheres adultas de diferentes idades e apenas dois homens, um mais jovem por volta de 30 anos, e o outro um pouco mais velho, por volta dos 50 anos.

Provavelmente, o número reduzido de homens na foto, se comparado ao número de mulheres, é fruto da luta pró Palestina contra o Estado de Israel, tornando esses homens mártires para as suas famílias e aldeias. Já o número de crianças presentes na foto são 10 no total, das quais boa parte delas provavelmente perderam seus pais, além das suas moradias. Talvez, para essa família o que tenha restado foi apenas a ajuda mútua entre eles. Com pouquíssimas exceções, apenas algumas crianças estão com semblante de riso, a maioria delas posam para a foto sérias e com um ar de cansaço. Tal semblante é resultado das inúmeras perdas, desde as suas casas, familiares e amigos. Eles perderam o pouco que poderiam chamar de seu, sobrando-

lhes, muitas vezes, apenas as vestimentas no corpo, como paletó, vestidos, véus, e a companhia de alguns poucos familiares. Mas, apesar de todo esse sofrimento, ainda resta a esperança, que resiste a todo e qualquer projeto imperialista, essa esperança é depositada nas futuras gerações, de um dia, terem uma Palestina livre.

Imagem 17 – Palestinos



Fonte: <https://www.facebook.com/aljaniah01/photos/a.183085975379288/1144505005904042/>.

Já em relação as postagens referentes ao tema “cultura”, a que teve maior repercussão foi a “Live: a cultura durante a pandemia”, publicada no dia 23 de maio de 2020. Foram feitas duas postagens desse mesmo conteúdo no mesmo dia, obtendo 30 reações — apenas curtidas —, 2 comentários e 4 compartilhamentos. Ela contém um texto informativo sobre o evento e um folder com as principais informações, como os horários, os nomes dos palestrantes e a indicação do local da live. O texto informava sobre o tema que seria discutido durante a live, que trataria sobre o estado da cultura e dos artistas em meio à pandemia. Era informado, também, quem eram os palestrantes: Toninho Vespoli, vereador do PSOL, Rogério Silva, músico, e Netto Duarte, artista plástico e produtor musical.

Essa postagem assim como a live são de suma importância, tendo em vista o atual contexto da pandemia, no qual as questões culturais e os artistas não tiveram qualquer planejamento ou auxílio emergencial por parte do governo. Assim, novamente, vemos que questões pouco divulgadas pela grande mídia, estão presentes no Al Janiah.

Imagem 18 – Live com Toninho Vespoli e Rogério Silva



Fonte: <https://www.facebook.com/aljaniah01/photos/a.201761906845028/1156514414703101/>.

Já no mês de outubro de 2020, observamos um total de cinco postagens sobre política e, diferente dos outros meses, não ocorreu nenhuma postagem sobre evento cultural. Novamente, devido ao número reduzido de postagens, optamos por analisar a postagem com maior número de compartilhamentos, de emojis/reações ou comentários. Segue abaixo a tabela 5 postagens políticas:

Tabela 5 – Postagens políticas (outubro de 2020)

Postagens políticas	Conteúdo	Nº de postagens do mesmo dia	Nº de emojis	Nº de comentários	Nº de compartilhamentos
Dia 2	Lei Aldir Blanc,	1	5	0	0
Dia 2	Lançamento do site: Embargo Militar à Israel	1	24	0	8
Dia 3	Live Lançamento do site: Embargo Militar à Israel	1	20	2	0
Dia 19	A luta diária do povo boliviano	1	330	1	38
Dia 22	Venha brindar hoje uma vitória contra o fascismo	1	163	6	4

Fonte: elaborado pela autora.

A postagem de maior repercussão foi “A luta diária do povo boliviano”, postada no dia 19 de outubro de 2020²⁴. A publicação contou com 330 reações — das quais 259 curtidas, 70 de emojis de coração e 2 emojis de abraço —, 1 comentário e 38 compartilhamentos. A

²⁴

Disponível em: <https://www.facebook.com/aljaniah01/photos/a.201761906845028/1279189729102235/>. Acesso em: 10 mar. 2022.

postagem possui um texto e uma imagem, nela temos a figura de um indígena, com trajes tradicionais do povo Aymara, boxeando o Tio Sam.

Essa postagem se refere às eleições presidenciais na Bolívia do ano de 2020, na qual ocorreu a vitória do candidato de esquerda, Luís Arce, do partido político MAS (Movimento ao Socialismo) apoiado por Evo Morales. Porém, o texto não informa ao leitor sobre o presidente vitorioso, dando informações sobre seu nome, partido etc. Apenas temos a informação que houve a vitória da esquerda contra o imperialismo norte-americano, sendo postado um dia após a vitória de Arce. Um seguidor que não estivesse informado dessa notícia não conseguiria entendê-la muito bem, devido à falta de maiores informações. Segue abaixo alguns trechos da postagem:

As eleições na Bolívia foram uma histórica resposta ao golpe sofrido duramente, na base da repressão, da violência e de muito sangue derramado(...) O povo da bandeira colorida da Whipala desceu montanhas, caminhou por vilarejos, mostrou a força dos punhos. (...) Continuaremos sempre juntos de vocês. Somos América Latina. Aqui não passam imperialistas e golpistas. (Facebook, Al Jannah, dia 19 de out de 2020).²⁵

Imagem 19 – Eleições presidenciais na Bolívia



Fonte: <https://www.facebook.com/aljannah01/photos/a.201761906845028/1279189729102235/>.

Em conversa informal com Hasan Zarif, dono do Al Jannah, realizada em setembro de 2020, mês em que o Al Jannah voltou a abrir para o público e atender de forma presencial. Selecionamos algumas questões pertinentes para essa análise, as quais nos oferecem um maior

²⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/aljannah01/photos/a.201761906845028/1279189729102235/>. Acesso em: 10 mar. 2022.

entendimento de como foi a dinâmica do Al Jannah durante a pandemia. Essas questões ajudam a nos esclarecer o quanto a dinâmica do espaço foi prejudicada no formato presencial e o quanto isso acabou repercutindo também no formato on-line na página do Facebook.

Questionado acerca de como manteve o Al Jannah durante a pandemia, Hasan diz que o espaço fechou as suas portas muito antes dos decretos da prefeitura de São Paulo, no dia 07 de março, uma semana antes da prefeitura determinar, devido ao risco de contágio dos funcionários. Mas já pelo dia 20 de fevereiro o movimento começou a cair, os clientes estavam assustados com o vírus, e naquele momento só havia incertezas; assim Hasan pensou em começar a organizar melhor a entrega de seus pedidos, adotando o sistema de entregas pelos aplicativos, bem como a organização de seu pessoal da cozinha e de seus próprios entregadores.

Hasan, também explica que tinha recém alugado um novo espaço para o delivery, porém por conta da pandemia teve que entregar o espaço. Relatou ainda que o custo do aluguel foi suspenso de março até julho de 2020 pelo proprietário, e que atualmente (mês de setembro de 2020) estaria pagando a metade do aluguel, cerca de R\$5 mil reais. Ao longo da conversa, Hasan falava o quanto foi difícil manter o Al Jannah apenas com o delivery, pois além de pagar os salários dos funcionários e pequenos fornecedores, ele afirma que durante esse período não demitiu ninguém, para isso foi necessário contrair vários empréstimos com parentes e bancos. Segundo ele: “tive que fazer endividamentos pessoais para manter o bar, estou afundado em contas e dívidas, o governo não deu nenhum tipo de suporte de empréstimos”.

Quando questionado se o Al Jannah possuía algum capital reserva, ele sorri e diz que o Al Jannah cresceu em dez meses com uma geladeira, voltando a afirmar sobre os gastos com fornecedores, pagamentos de funcionários e com equipamento para o espaço como a mesa de som. Afirma que o Al Jannah “não é um lugar que a gente vai ter lucro financeiro, é o lugar que a gente vai manter”. Abrindo brechas na lógica capitalista, e enfatizando as questões ideológicas presentes no Al Jannah, percebemos que se trata de um espaço que não oferece lucros ao seu empreendedor, servindo, segundo ele, para ajudar e movimentar pessoas e coletivos, seja pela causa palestina, seja pelos movimentos de ocupação no entorno da cidade, como a ocupação Leila Kaled, seja através do acolhimento aos refugiados e demais pautas, que nesse espaço ganham visibilidade.

Quando questionado acerca dos eventos culturais e políticos, se eles são o atrativo do espaço, Hasan enfatiza que o Al Jannah possui uma boa culinária palestina, cerveja gelada e barata, e que os cursos acabam trazendo público. Ele relata que antes da pandemia, o Al Jannah conciliava várias atrações em seus diferentes espaços, teatro no quintal, um filme passando em

outro espaço, uma banda se apresentando no palco, vários eventos diferentes acontecendo ao mesmo tempo ou em uma mesma noite.

A partir dessa fala, pode-se perceber em seu relato a memória de um Al Jannah de antes da pandemia, um ambiente sempre cheio, com muitas vozes ativistas e híbridas, pulsando conhecimento, cultura, movimento e diversão, muito diferente do cenário que me deparei naquele dia, um espaço vazio, sem clientes, apenas os funcionários e os filhos dos funcionários no quintal, que brincavam com o meu filho, e Hasan solitário e disponível para uma conversa com uma pesquisadora.

Quando questionado acerca da média do público frequentador antes da pandemia, Hasan fala com um tom otimista e alegre ao lembrar aquele tempo. Disse-nos que nas terças e quartas-feiras recebiam cerca de 100 a 200 pessoas, nas quintas-feiras entre 200 e 250 e nas sextas-feiras e sábados uma média de 300. Houve dias em que receberam até mais de 800 pessoas. Para atender o público, ele conta com 18 funcionários, todos com registro em carteira, e cerca de 1/3 deles é composto de imigrantes e refugiados. Além disso, há também os funcionários extras, que trabalham aos finais de semana.

Inimaginável para mim foi pensar como aquele espaço, naquele momento, seria capaz de acolher 800 pessoas, pois ao conhecer o local, pareceu-me inadequado para essa quantidade de público. Isso ficou mais claro quando, em novembro de 2021 fui até lá para assistir a um evento musical e percebi a quantidade de pessoas que se acumulava na pista de dança, no balcão do bar, no quintal, na parte superior. Pude assim presenciar o que Hasan havia me falado nessa conversa em setembro de 2020, muitas pessoas, vários eventos e todo mundo se entendendo.

Eu buscava compreender como havia se dado o consumo cultural e midiático do público durante a pandemia, e ele me afirmou que não conseguiu manter uma rotina de lives, debates ou shows em streaming devido a outras preocupações com as questões financeiras do Al Jannah, apenas realizando em alguns dias poucas lives e debates políticos. Perguntei a ele como será o Al Jannah pós-pandemia, e, esperançoso, ele diz que gostaria de fazer uma escola de formação política e que gostaria de alugar um novo espaço para focar no atendimento delivery.

A partir dessa entrevista, pode-se entender o porquê de o Al Jannah não conseguir dar continuidade aos eventos culturais e políticos, mesmo que no formato on-line. Isso ocorreu devido às questões materiais de sobrevivência do próprio espaço, focando na necessidade de manter o espaço aberto, pagando seus funcionários, músicos e fornecedores, o que acabou deixando de lado os eventos online. Segundo Hasan, até houve algumas tentativas de organizar

lives, mas por questões técnicas, falta de tempo e dinheiro, ao longo da pandemia esta forma de consumo cultural e midiático ficou restrita a poucas lives e postagens.

Foi ficando claro nestas conversas informais que Hasan não tem propriamente um espírito de empresário, pensando o Al Jannah como uma fonte de lucro, mas como um lugar que oferece empregos para brasileiros, imigrantes e refugiados. Um lugar que oferece cursos, debates, shows e que promove encontros, formação de redes e agenciamentos entre pessoas e coletivos, logo “não estando ali para o lucro”, mas como uma causa.

Aos poucos, foi se tornando claro que diferentemente de outros espaços culturais que deslocaram suas atividades para os meios digitais de maneira planejada ou organizada em maior ou menor escala, o Al Jannah, pelo contrário, reduziu drasticamente os seus números de postagens e ações na página do Facebook. Percebe-se que as atividades nas redes digitais eram muito atreladas aos eventos presenciais que ali ocorriam, logo uma vez que esses eventos não ocorreram devido à pandemia, os números de postagens e atuação nas redes caíram vertiginosamente.

4.3.2 Situação 2 - Reabertura do Al Jannah

O Al Jannah fechou as suas portas em março de 2020, apenas funcionando por delivery. Em setembro de 2020, ocorreu a reabertura do espaço, com limite de atendimento de apenas dez mesas, sem atrações culturais ou eventos políticos, seguindo todos os protocolos. Em janeiro de 2021, ocorreu novamente seu fechamento, retornando apenas ao atendimento por delivery. A sua reabertura aconteceu em julho de 2021 e até o presente momento está de portas abertas (março de 2022).

Diferente da primeira reabertura de setembro de 2020, essa última contou com os eventos culturais e políticos presenciais. A princípio começaram de forma tímida com um evento por semana agendado para até cinquenta pessoas, com exigência de carteira de vacinação e utilização de máscaras. Nos meses que se seguiram — setembro, outubro e novembro de 2021 —, o número de eventos culturais e políticos aumentaram, contando com lançamentos de livros, shows musicais, retorno dos debates políticos acerca da causa palestina, todos com prévio agendamento, ou seja, com a necessidade de que os frequentadores agendassem ou reservassem seu espaço no local previamente. Já no início do ano de 2022, o Al Jannah passou a realizar os seus eventos sem agendamento e sem limitação de público, aumentando a quantidade bem como

o número de circulação de seus frequentadores no local. Assim, podemos observar o retorno gradual do Al Janhia à sua quase normalidade de antes da pandemia, contemplando uma agenda de shows e demais eventos culturais e políticos.

Dito isto, a partir do meu trabalho de campo presencial — ocorrido entre os meses de setembro de 2020 e dezembro de 2021 —, no qual pude observar as dinâmicas do espaço Al Janhia, seja a partir da lógica dos frequentadores ou dos funcionários. Assim a análise que se segue tem a pretensão de analisar três eventos que ocorreram no Al Janhia durante o segundo semestre de 2021, que foram: roda de samba, evento da UP e show musical BNegão,

Além de observar as dinâmicas cotidianas do espaço em outros dias. Buscou-se notar o espaço, os corpos, as imagens, as sonoridades, os relacionamentos, as pautas abordadas e o envolvimento das pessoas, seja na música tocada, ou no discurso falado. Constrói-se, portanto, uma análise interpretativa situada contando com base teórica dos estudos culturais, observando o cotidiano, as rasuras, lacunas, o que se mostra à percepção, e o que foi possível conhecer e compreender.

Antes de começar a análise acerca desses três eventos, quero comentar sobre a minha primeira visita ao espaço ocorrida em setembro de 2020, na qual fui muito bem atendida pelos funcionários, era um sábado de muito sol e calor, cheguei ao espaço acompanhada do meu filho, que na época tinha 2 anos, e do meu marido.

Chegamos por volta das 16 horas e logo fomos atendidos por um funcionário da cozinha, o qual pediu gentilmente que aguardássemos por Hasan. O espaço estava recebendo público limitado e só abriria as suas portas às 18 horas. Antes de ir até o espaço, eu havia conversado com Hasan por telefone, tivemos uma breve conversa e marcamos de nos encontrar no Al Janhia para um bate-papo informal.

Já alocados, junto com o meu filho e marido, esperamos Hasan que chegou logo em seguida, sendo muito receptivo e solícito. Ele se apresentou e começamos a nossa conversa. Falei sobre o meu projeto de dissertação, do qual ele gostou, e, em seguida, conversamos sobre vários outros assuntos, os quais já foram tratados acima.

Além da nossa conversa, ele me apresentou o espaço, mostrando os quintais, palco, mezaninos e demais espaços do Al Janhia. Quando subimos para conhecer a parte superior do Al Janhia, ele parou em frente a uma cuba retangular de vidro que em seu conteúdo havia um vestido preto com bordados vermelhos. Ele parou em frente à cuba de vidro e falou que aquele vestido pertencia a avó dele. Neste dia, fiquei muito feliz em poder conversar com Hasan e

conhecer o Al Janiah, até então conhecia apenas por meio de relatos de amigos e da minha orientadora. Nossa conversa durou por cerca de duas horas, não foi gravada e voltei satisfeita para casa, achava que muito em breve poderia vivenciar o Al Janiah em sua máxima potência com muitos eventos e shows, mas tive que esperar quase um ano para ver isso acontecer.

Após essa primeira visita, em julho retornei ao Al Janiah, pois o espaço havia sido fechado em janeiro de 2021. Novamente, fui com o meu marido e meu filho, e logo que chegamos ao local, como de costume, tivemos que dar os nossos nomes para uma lista de clientes para poder pegar uma comanda individual e nos dirigimos a uma mesa. O movimento era pequeno, cerca de dez pessoas frequentavam o Al Janiah naquele momento, já o movimento no delivery estava forte, com vários pedidos prontos no balcão para a entrega. Conversei com uma funcionária, a Nedaa que trabalha na cozinha, e perguntei a respeito do movimento no espaço. Ela me disse que, por se tratar de um final de semana de feriado (9 de julho), as pessoas não estavam indo, mas que em dias normais o espaço ficava com mais ou menos 20 clientes. Na sequência, fiz meu pedido e fui conversar com o Billal, gerente do Al Janiah. Na ocasião ainda não o conhecia pessoalmente, apenas por telefone.

Naquele momento, ainda não sabia que Billal seria um grande parceiro e colaborador da minha pesquisa, sempre me mantendo informada e intermediando relacionamentos com frequentadores, músicos, ativistas e demais pessoas do espaço. Logo quando o conheci, à primeira vista, já simpatizei com ele, pois transparecia ser uma pessoa simples, alegre, calma e ao mesmo tempo proativo e atencioso com os clientes. A nossa primeira conversa foi sobre o movimento do Al Janiah naquele dia, quando ele falou que estava fraco e que eles não podiam voltar com os eventos culturais por conta da lotação que haveria. Perguntei como estava a questão financeira do Al Janiah, ele disse que o espaço ainda estava devendo aluguel, IPTU e fornecedores. Depois falamos um pouco sobre os eventos culturais e Billal enfatizou que naquela conjuntura pandêmica era inviável voltar com os eventos, pois temia a questão do contágio.

Neste dia, alguns sentimentos me interpelaram durante o campo, um sentimento de tristeza e vazio em observar o território dos meus sujeitos de pesquisa com apenas seis pessoas. De certo modo, parecia que aquele não era o Al Janiah, do qual eu tanto ouvia falar, todo vivo, cheio de eventos culturais, ativismo e agenciamentos. Por alguns instantes, fiquei desmotivada, com vontade de ir embora, e me perguntava o tempo todo porque eu estava ali, que talvez conseguiria trabalhar melhor apenas no campo on-line na página do Facebook. Atualmente, sei que eu estava enganada, pois apesar desse dia não ter me propiciado uma análise acerca do

consumo cultural e ativista, algo que me intrigava tanto naquele momento, pude observar a dinâmica do espaço, do atendimento dos funcionários sempre solícitos e simpáticos com os clientes, além é claro de apreciar a breve conversa que tive com Billal.

Durante a conversa, Billal foi enfático ao falar que apesar de 2020 ter sido um ano de portas fechadas aos eventos, mesmo assim o Al Jannah realizou um ato em Brasília contra Jair Messias Bolsonaro. Ele não falou muito nesse dia, apenas disse que foi algo importante e que marcou 2020. Podemos perceber o quanto essas pautas nacionais reverberam no Al Jannah, indo muito além da causa palestina, pensando a conjuntura política brasileira atual capitaneada por Bolsonaro, deflagrando essas questões e lutas diante desses impasses.

Serão analisados, a seguir três eventos culturais/políticos que ocorreram nesta reabertura, os quais demonstram a potência do Al Jannah, enquanto um lugar dos encontros, dos afetos, das festividades, dos agenciamentos e dos ativismos.

O primeiro evento é o Samba da Treze, evento que aconteceu em um domingo de agosto de 2021, no Dia dos Pais, o qual marcou a reabertura do Al Jannah, pois esse foi o primeiro evento musical após um ano e cinco meses sem shows e demais atrações.

No dia 8 de agosto às 19h30, cheguei no Al Jannah, a fim de realizar minha primeira ida a campo em um evento musical e festivo no espaço, propiciado com um show ao vivo, uma roda de samba. O evento foi pré-agendado via celular por Carla (funcionária do Samba da Treze) e o público permitido era de até 50 pessoas. Entrei em contato com a Carla e ela me respondeu que não tinha mais possibilidade de fazer reservas, mas Billal, gerente do Al Jannah, conseguiu reservar uma mesa para três pessoas.

Logo que chegamos, fomos atendidos por um rapaz jovem com porte grande e forte, tatuagens pelos braços e lentes de contato negras. Ele anotou os nossos nomes, como de costume, e nos deu duas comandas uma para marcar os pedidos e a outra para a saída. Assim que entramos, uma moça branca e de cabelos curtos perguntou se já tínhamos mesas. Eu disse que não, pois não sabia naquela altura se de fato Billal tinha conseguido a reserva, após alguns minutos ela viabilizou uma mesa. Sentamos e ficamos aguardando o evento acontecer. Após alguns minutos Billal apareceu e nos perguntou se gostaríamos de ir lá fora, pois ele tinha reservado uma mesa para nós. Eu fiquei muito surpresa dele realmente ter lembrado da nossa mesa.

Fomos, então, transferimos para a parte de fora do Al Jannah, onde estava acontecendo a roda de samba. Entre as pessoas que ali estavam, avistei Hasan e cumprimentei-o. Ele estava

radiante e feliz com o retorno dos eventos, informou-me que nos próximos sábados haveria mais eventos, shows, saraus e palestras. Depois de alguns minutos, a roda de samba começou e os músicos tocavam canções antigas. O público estava animado, batendo palmas, sambando e celebrando a vida. Desde a primeira música tocada algo diferente contagiou o espaço, talvez a esperança por dias melhores para todos nós, ou a alegria de estar simplesmente ali escutando uma música ao vivo, com amigos e familiares após tanto tempo em isolamento.

A primeira música tocada foi muito emocionante para mim, pois parecia que o Al Janiah estava voltando à vida, e que finalmente eu, enquanto pesquisadora, poderia presenciar a potência deste espaço. Todos começaram a cantar na primeira música vibrando e, logo em seguida, algumas pessoas começaram a sambar. Foi muito bom ver tudo isso. Fiquei emocionada, parecia que finalmente todos que estavam presentes ali, finalmente tinham saído de suas casas e voltado à vida “normal”.

Fui tomada por um sentimento de liberdade incrível, que há muito tempo não sentia, foi a minha primeira vez, depois de um ano e meio em casa, assistindo um evento cultural presencial. Acredito que o sentimento era o mesmo para muitos que estavam ali também. Assim, uma sensação contagiante atingiu de certa forma a todos os presentes e, naquele momento, acredito que tivemos uma experiência de consumo, como analisamos no capítulo 2, envoltos em sensações do grupo e também subjetivas, cada qual experimentando sensações únicas as quais há muito tempo não sentia.

O público estava muito à vontade, cantando e dançando, sozinhos ou em grupos. A maioria das pessoas estavam acompanhadas em seus grupos de amigos ou familiares, nesse dia, o clima estava frio, mas mesmo assim muitas pessoas vestiam roupas de verão, mulheres com vestidos de costas abertas, um grupo de homens (LBTQIA+) com shorts e roupas coloridas, pessoas um pouco embriagadas, felizes vibrando a vida, algumas fumando, outras conversando, outras paquerando, algumas se arrumando no banheiro feminino retocando a maquiagem, todos vibrando a vida naquele domingo de Dia dos Pais, 8 de agosto. Reparei ainda que, diferente dos frequentadores, os funcionários não esboçavam alegria, os funcionários da cozinha estavam sérios só observando a vibração do público, não esboçando nenhuma reação, pareciam que não estavam ali porque queriam. Apenas algumas garçonetes, Billal e Hasan me pareceram felizes naquele dia, os demais funcionários estavam fechados para os olhares e com rostos cansados.

Como já foi ressaltado anteriormente neste trabalho, a escrita etnográfica deve ser capaz de esmiuçar as particularidades dos momentos vividos em campo, absorver os ambientes,

observar as pessoas, os sons, a atmosfera do espaço, os sentidos, as falas, mas também os silêncios, as emoções transmitidas por inúmeras linguagens.

Nessa experiência, finalmente pude entender um pouco o que era o Al Jannah, com pessoas dançando, muita alegria, conversas, trocas, afetos e diversão. Para além das questões ativistas, o Al Jannah concilia em seus espaços lógicas de agenciamentos ligados às diversões e às festividades. Nesse dia, mais do que celebrarmos o Dia dos Pais estávamos celebrando o poder do encontro, do olhar, da conversa entre velhos e bons amigos, assim como o poder da escuta, do pulsar da música no corpo e na alma, que nos fez movimentar e sentir uma vontade de celebrar a vida pelo simples fato de estarmos vivos.

Hasan e Billal estavam superempolgados, felizes e esperançosos por dias melhores no Al Jannah. Esse dia significou muito para todos, pois foi o dia do reencontro com a música, com os encontros das pessoas e com o Al Jannah. Para mim, foi o meu primeiro encontro vivo com os meus sujeitos de pesquisa em seu território que estava adormecido. Talvez, se não tivéssemos passado por esse longo período de pandemia — isolados dos nossos locais de trabalho, estudo, familiares e amigos por quase um ano e meio —, esse dia não teria significado tudo isso, mas todos ali compartilhavam questões semelhantes acerca dos momentos difíceis de isolamento, que deixaram os nossos corpos sem movimento, os nossos rostos à mercê das telas e a nossa vida social resumida a um número mínimo de pessoas. Celebramos a vida e o poder do encontro, da música, do samba e da felicidade. Em outras palavras, o poder de finalmente socializar com diferentes pessoas em diferentes espaços novamente.

Acredito que nesse momento obtive um estupor metodológico, segundo Máximo Canevacci (2021). O estupor metodológico tem a capacidade de mover toda a sensibilidade do pesquisador quando encontra nos sujeitos de pesquisa algo novo, inusitado, extraordinário, capaz de mexer com todos os seus sentidos, desde os corpóreos aos cognitivos. Nesse dia, encontrei o estupor do qual necessitava para reconhecer o Al Jannah como o meu sujeito de pesquisa, bem como, pude observá-lo com novos graus de sensibilidade e criticidade, pois naquele instante de fato me conectei com esse lócus, seja através dos sentidos, seja através das minhas percepções cognitivas e subjetivas.



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartioli Rodrigues, 2021.

Imagem 21 – Samba da Treze



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartioli Rodrigues, 2021.

O outro evento que será analisado e descrito foi o evento político do partido UP (Unidade Popular) fundado em meados de 2013 e que aconteceu no dia 24 de outubro de 2021, em um domingo. Na ocasião, o Al Janhiah cedeu seu espaço para que o partido realizasse um evento gastronômico (baião de dois) a fim de arrecadar fundos para o partido. Segundo os membros do partido, todo dinheiro arrecado ficaria com eles.

Chegamos por volta das 14 horas, eu e uma amiga e, logo na porta de entrada do Al Janhiah, nos deparamos com um grande movimento de pessoas. O evento ocorria com agendamento prévio com limite máximo de até 50 pessoas. Alguns dias antes fiz o nosso agendamento por intermédio de Billal, gerente do Al Janhiah. Apesar do evento ter essa limitação de público, o espaço contava com uma quantidade bem maior de pessoas.

Quando nos dirigimos para o local em que estava sendo servido o almoço, no quintal do Al Janhia, fomos surpreendidas com uma fila com cerca de vinte pessoas. Assim, tivemos que esperar os nossos pratos serem lavados para que pudéssemos nos servir. Enquanto esperávamos na fila, no palco aconteciam algumas atrações com músicos tocando e cantando e, entre uma música e outra, um membro da UP discursava no palco. Nesse momento, duas mulheres negras estavam discursando a respeito do partido, afirmando que a UP era um partido antifascista com o propósito de tirar Jair Messias Bolsonaro do poder e realizar a revolução socialista. A princípio achei o discurso bom, porém um pouco superficial quanto à questão de promover a revolução socialista. Porém, após dialogar com dois outros membros do partido, consegui compreender um pouco do que se tratava o conceito de “revolução socialista”, que seria a luta pelos direitos das minorias.

Ao redor do ambiente havia muitas pessoas conversando, entre elas o pessoal da UP se pronunciando, pessoas na fila para comer (não havia cadeiras para se sentar, sem mesas para se acomodar). O ambiente estava um tanto tumultuado e, por causa disso fiquei um tanto incomodada e com vontade de ir embora devido à poluição sonora, a falta de organização e o mínimo de conforto para realizar a minha refeição. Mas, logo me acalmei e fiquei na fila para me servir. Esperamos cerca de 10 minutos, nos servimos e nos sentamos em uma mesa já ocupada por um grupo de quatro mulheres jovens, entusiasmadas e alegres. Na mesa, a conversa era sobre alguns temas de história, homens e paqueras. Achei toda essa atmosfera um tanto quanto diferente da minha realidade, de mãe, casada, professora e estudante de mestrado e com uma série de obrigações. A princípio, todas aquelas pessoas pareciam leves, sem tantas obrigações, apenas curtindo aquele momento no Al Janhia sem pressa para ir embora, ao contrário de mim, sempre correndo contra o tempo.

Nesse dia, havia deixado meu filho com o meu marido, que na ocasião tinha recebido algumas visitas em nossa casa. Enfim, aquelas pessoas estavam ali realmente para curtir a aura do lugar, o prazer do encontro, da conversa, das trocas, dos diálogos, dos discursos políticos. Algumas estavam ali pela UP, outras pelo prazer de reencontrar seus amigos, outras simplesmente para namorar e paquerar.

Era um público jovem vinculado às pautas da esquerda, havia também acadêmicos, pessoas vinculadas a outros partidos, coletivos e ativismos em torno da cidade que não apenas compartilham o espaço do Al Janhia, como lugar de discussões e reexistências, mas também como um local no qual se sentem seguros, acolhidos e entre os seus pares para compartilhar a vida.

Sobre as questões visuais e estéticas acerca dos corpos desse público frequentador, tínhamos neste dia uma maioria de jovens, mulheres produzidas, perfumadas, trabalhadas na roupa, maquiagem e cabelo, paquerando e se deixando envolver pelos olhares de homens e mulheres, estando presente pessoas de diferentes orientações sexuais e identidade de gênero.

Logo após o nosso almoço, nos dirigimos para a parte interna (coberta), onde estava acontecendo uma apresentação de música ao vivo, o cantor usava trajes de cozinheiro e no instrumental tínhamos dois homens jovens e uma mulher beirando os seus 60 anos. Eles cantavam músicas sertanejas conhecidas e outras com letras de protestos, sempre bem-humorados, entre uma música e outra, os cantores paravam de cantar e esboçavam um discurso político, seja sobre o governo neofascista ou protestando sobre a situação real das famílias brasileiras nos tempos difíceis da pandemia, uma das falas era por exemplo: “mães e crianças passando fome, sem um teto para morar”. Essas falas protestavam contra as situações de vulnerabilidade e precariedade que muitas pessoas se enquadraram durante o cenário pandêmico, seja pela falta do trabalho, seja pela falta de políticas públicas estruturais.

Durante um bom tempo, ficamos ali apreciando aquela boa música improvisada, decidimos pedir uma bebida e ficamos ali no balcão escutando a música e observando o movimento ao nosso redor. Casais dançavam, pessoas estavam sentadas em suas mesas com os seus grupos apreciando a música e a boa conversa, algumas pessoas flertaram umas com as outras através dos olhares. Ao mesmo tempo que observávamos também éramos observadas.

Nesse dia, havia um público jovem, uma juventude estendida de cerca de 30 anos, mas também havia alguns frequentadores da terceira idade, como também famílias com crianças pequenas e muitas pessoas em grupo, seja exclusivamente masculino, feminino ou mesclados. Um público variado de diferentes faixas etárias sendo acolhidos por este espaço que a princípio pareceu já conhecido para a grande maioria daquelas pessoas.

Por fim, depois de ficarmos debruçadas no balcão do Al Jannah aproveitando a música ao vivo, fomos conversar com dois membros da UP, Sabrina e Luis, dois jovens universitários. Ela uma mulher negra graduanda em pedagogia e ele, jovem branco, graduando em História. Os dois explicaram um pouco a respeito da fundação do partido, iniciado em 2013 com o Movimento do Passe Livre, e que após isso, a partir de coletivos e movimentos sociais de mulheres da periferia e de movimentos de moradia, surgiu o partido com a finalidade de transformar essas estruturas, oferecendo representatividade para os grupos minorizados. Também, explicaram que a UP tem influência marxista leninista, formado pela luta socialista, o qual pretende trazer a horizontalidade para a política a partir dos movimentos. Conversamos

durante uns dez minutos, mas tivemos que interromper, pois eles estavam atendendo algumas pessoas, no final acabei pegando o telefone de um membro do partido.

Dessa maneira, pode-se perceber com esse e demais eventos no espaço, os agenciamentos em prol das causas minoritárias. Esses eventos surgiram a partir de um partido ou ativismos mais independentes, promovidos por pessoas ou grupo de pessoas a partir de coletivos independentes, os quais lutam e resistem nos diversos espaços, alternativos, de poder, como a política institucionalizada, a fim de promoverem mudanças estruturais, para que todas as minorias sejam atendidas em suas pautas e bandeiras levantadas.

Imagem 22 – Evento da UP



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2021.

Imagem 23 – Evento da UP (palco do Al Janhia)



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2021.

Imagem 24 – Evento da UP



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2021.

Imagem 25 – Evento da UP (quintal do Al Janiah)



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2021.

O próximo e último evento a ser analisado, nesta seção, é o show do músico BNegão²⁶, ocorrido no dia 13 de novembro de 2021, um dia após o dia mundial do Rap (12 de novembro). O show era em homenagem a esse dia. Bernardo Santos, mais conhecido como BNegão é cantor e compositor, ex-membro da banda Planet Hemp, um artista reconhecido nacionalmente e internacionalmente, no ano de 2012, ele encerrou as Olimpíadas de Londres, junto dos artistas Marisa Monte e Seu Jorge.

Esse show no Al Jannah marca um dos momentos de maior atração de público no ano de 2021 durante a pandemia, não só pelo renomado artista, como também pelo momento vivido pós-isolamento.

Neste dia fui acompanhada do meu marido, chegamos no espaço por volta das 21 horas, e logo na entrada nos deparamos com uma fila de dez pessoas, as quais estavam procurando seus comprovantes de vacinação. Assim que entramos no espaço, percebemos que ele estava superlotado tanto no quintal, na parte térrea, como nos espaços superiores. Ficamos aguardando por 20 minutos até sermos alocados na parte de cima, mas assim que nos alocamos, decidi ficar na pista de dança, pois era onde estava a música e boa parte do movimento e concentração de pessoas. Meu marido ficou no piso superior aguardando seu pedido, na mesa vizinha à nossa estavam sentados um grupo de homens com roupas árabes conversando em língua árabe.

Antes do show principal do raper BNegão, estava no palco o DJ Difusão, tocando alguns raps. Enquanto isso, um grupo de sete pessoas começou a dançar e contagiar o ambiente com os movimentos de seus corpos. O espaço estava apertado, pois as mesas estavam alocadas na pista de dança.

Por volta das 21h40, chegou a atração principal, BNegão, e o público vibrava com a sua chegada. Ele começou a tocar músicas de vários ritmos e de diferentes épocas. O público se agitou, mesas foram afastadas e mais pessoas em grupo foram para a pista dançar, com corpos pulsantes, com vestimentas e cabelos de estilos alternativos, inclusive algumas pessoas na ocasião trajavam roupas com estilo da década de 80. Às 22 horas, a pista foi tomada, corpos

²⁶ BNegão é um talentoso e eclético cantor e compositor brasileiro e um dos maiores nomes do hip hop nacional. Ele começou sua trajetória na música no começo dos anos 90, em bandas como Missed Action e Funk Funkers onde se apresentava sob a maravilhosa alcunha de Bernardão Erótico. Mas foi com a inesquecível - e atualmente na ativa - banda Planet Hemp que ele conquistou o Brasil. Ao lado de Marcelo D2, chacoalhou o país em 1995 com "Legalize Já", "Não Compre, Plante", "Porcos Fardados", entre outros clássicos do álbum *Usuário*. Seu primeiro disco com a atual banda, a Seletores de Frequência, veio em 2003, o *Enxugando o Gelo*, e em 2012, participou ao lado de Marisa Monte e Seu Jorge do show de encerramento das Olimpíadas de Londres. Disponível em: <https://revistatrip.uol.com.br/trip-fm/bnegao-fala-sobre-marcelo-d2-planet-hemp-maconha-ioga-e-sua-amizade-com-professor-hermogenes>. Acesso em: 20 mar. 2022.

dançando nas batidas, BNegão no ritmo da música, filas para pedir bebidas, mais pessoas chegando e o Al Jannah sendo tomado por aquela multidão. Por alguns instantes, fiquei um pouco intrigada em perceber que aquele mesmo espaço que discute política, cultura, questões locais e translocais tão importantes, também era um espaço de diversão, de dança, de namoro, de distração, funcionando como uma espécie de “balada” das esquerdas progressistas, onde ali os frequentadores se relacionam com pessoas que em algum momento possuem pautas e causas semelhantes.

Como bem observado pelas autoras Rocha e Pereira (2018), “em suas práticas cotidianas e em seus imaginários, surgem sentidos de socialidades, afetos, onde ações políticas não estão dissociadas de elementos ligados ao consumo e ao entretenimento” (p.4), ou seja, práticas ativistas e políticas também estão vinculadas as experiências de consumo alternativo referendando a força do corpo, do lúdico, do entretenimento, da celebração da vida, do festivo como algo político.

Neste dia, apenas observei, não interagi, notei que por aquele momento a causa palestina não estava nítida e o Al Jannah havia se tornado uma balada. Assim, pouco ou quase nada ressoava a causa palestina ou as demais causas levantadas em outros eventos e na página do Facebook. Caso entrassem ali um público desavisado, talvez nem saberia das pautas defendidas pelo Al Jannah.

Contudo, depois daquele dia, compreendi os outros sentidos ativistas presentes no espaço, um espaço de multiplicidade, de luta, de resistência, de acolhimento, de afetos, de encontros da família e das diferentes gerações. Um espaço que congrega a dança, a música, a paquera, o pulsar do corpo e celebra a vida, sem deixar de coexistir nele práticas ativistas, seja através de sua decoração, dos seus acervos de fotografias de guerrilheiros palestinos, das exposições de artistas, ou também do grafites presentes no quintal (como o rosto de Marielle Franco) ou no muro do lado de fora (uma mulher negra), ou ainda no seu corpo de funcionários de brasileiros e estrangeiros refugiados ou imigrantes, como também posto nos corpos e falas dos próprios frequentadores que ali estão.

A partir dessas três análises no Al Jannah, podemos perceber a diversidade dos eventos, das formas de ativismos envolvidas, do entretenimento e da diversão em um mesmo espaço, capaz de nos sensibilizar e emocionar como no primeiro evento de inauguração (Samba da Treze) após um ano e meio sem eventos culturais. Também, foi capaz de articular novos partidos políticos, que a partir do Al Jannah, utilizam o espaço como um local para divulgar e propagar suas pautas e bandeiras, como também arrecadar recursos, além, é claro, de ser um

espaço de dança, de “balada”, de paquera, de corpo em movimento, a partir de shows que alegram, protestam e agitam frequentadores como o show do BNegão.

Como já foi ressaltado no capítulo 2, o Al Janhia é um espaço construído e performado através dos usos possíveis, seja para dançar, criar ou manter relações e vínculos de afeto, seja para protestar, discutir questões políticas ou para se divertir e curtir um bate-papo com amigos, realizar práticas de consumo alternativo, da cultura e do ativismo. Assim, o espaço interliga muitas redes de coletivos, de acadêmicos, de palestrantes, de partidos políticos, de músicos e de frequentadores, atravessados por pautas locais e translocais vinculadas aos movimentos sociais, aos grupos minorizados, às questões urbanas. Além disso, o local é capaz de coadunar todo o consumo cultural alternativo que gera sonoridades, emoções, conhecimento, diversão, lutas, e muitos outros sentidos para essas identidades múltiplas e fragmentadas.

Imagem 26 – Show do Bnegão (no palco Dj Di Função)



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2021.

Imagem 27 – Show do Bnegão (no palco Bnegão)



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2021.

Imagem 28 – Show do Bnegão (no palco Bnegão)



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2021.

4.3.3 Situação 3. Identidades diaspóricas: funcionários do Al Jannah

Compreender a história do Al Jannah também é compreender a história dos imigrantes e refugiados, pensando que esses indivíduos se reconstruem em nosso país não tendo muito apoio das políticas públicas. Nesse sentido, faz-se necessária uma breve definição e diferenciação entre imigrante e refugiado. Segundo as autoras Aryane Cararo e Duda Porto de Souza (2020), o imigrante é alguém que sai de seu país por vontade própria, muito embora seja impulsionado por questões econômicas, em busca de melhores condições para si e para a sua família. Já o refugiado é aquele que é obrigado a sair do seu país, seja por motivos de confrontos, guerras

civis ou perseguição a sua pessoa, por questões de gênero, identidade de gênero, orientação sexual, religião, política, étnica, entre outras.

Todos esses sujeitos, ao se depararem com o novo território, buscam reconstruir suas redes de afetividades, amizades, sociabilidades e vida material. Desse modo, o Al Janhia é símbolo dessas reconstruções de identidades, pois acolhe inúmeros trabalhadores refugiados e imigrantes de diferentes países, assim como o bairro do Bixiga no qual está situado o espaço. Nas palavras de Appadurai (1997) esses territórios se constituem em translocalidades, tais como o Bixiga, por se configurar em uma região de origem quilombola, com a presença também de imigrantes italianos, migrantes nordestinos, e mais recentemente de imigrantes e refugiados de diversos lugares. Logo, o próprio Al Janhia se constitui em um lugar aglutinador desses grupos translocais, os quais formam nas palavras de Appadurai (1997, p. 7), “esferas públicas de diáspora” ou “formas não estatais de organização macropolítica, grupos de interesses, movimentos sociais e lealdade transnacionais já existentes.”.

Nesse sentido, perceber como o Brasil acolhe os imigrantes e refugiados é de suma importância para compreensão da situação dessas pessoas, como também da formação dessas redes de solidariedades. Essas redes se constituem, entre muitas delas, por meio de questões de identidades étnicas, mas também como formadoras de redes de apoio, as quais irão até certo ponto suprir a falta de políticas públicas que essas pessoas encontram em nosso país.

Segundo Aryane Cararo e Duda Porto de Souza (2020), ainda não existe um projeto de governo para os imigrantes e refugiados. Eles possuem apenas o direito de solicitar o documento Registro Nacional Estrangeiro (RNE), que após 4 anos pode ser permanente, um apoio à moradia durante os primeiros meses, o qual é ofertado muitas vezes por ONGs e instituições religiosas, ou seja, quase não há projetos — com raras exceções — que pensem na inserção destes indivíduos na sociedade, oferecendo oportunidade de compreensão da língua, trabalho e reconhecimento do seu diploma.

Dessa maneira, eles ficam à mercê da solidariedade de grupos de brasileiros e outros estrangeiros, como também de redes de apoio que são construídas pelos próprios refugiados e imigrantes. No entanto, isso não é suficiente, uma vez que nem todos são contemplados. Nas palavras das autoras, “parece que a acolhida é mais primária: documento, alimento e um lugar para dormir. Não se pensa em como será a inserção na sociedade.” (CARARO; SOUZA, 2020, p. 28).

É válido, também, pensarmos nos movimentos diaspóricos de imigrantes e refugiados. Haesbaert (2003) afirma que a situação é como em um movimento de desterritorialização e reterritorialização, saindo da sua terra natal rumo ao país que irá ficar como imigrante ou refugiado. Essas pessoas reconstruem as suas redes e as suas vivências, mantendo muitas vezes laços com a terra natal a partir do ciberespaço. Nas palavras do autor, “a migração (...) está longe de representar, portanto, um processo de desterritorialização. Embora em um primeiro momento possa ter uma forte conotação “desterritorializante”, logo o migrante acaba envolvido de tal forma na teia de relações garantida pelo grupo que, mesmo em locais muito distantes, acaba se sentindo em casa.” (HAESBAERT, 2003, p. 10).

Appadurai (1996, p. 4) destaca como no tempo presente cada vez mais as pessoas se movem. Abordando o conceito translocalidade, o autor ressalta que “todo grande campo de refugiado, albergue de imigrantes ou bairro de exilados e trabalhadores imigrantes é uma translocalidade”. Assim as translocalidades são formas de reexistência distante da terra natal, capaz de criar vínculos com esta, seja através dos territórios móveis (HAESBAERT, 2004), seja através das questões imateriais pertencentes à cultura, à religiosidade, ao simbólico, aos costumes, à língua. Além disso, Haesbaert (2004) afirma que a desterritorialização gera formas de reterritorialização, envolvendo o esforço da criação de novas comunidades localizadas (acampamentos, campos de refugiados, albergues).

Assim, pensar no Al Jannah, é pensar também neste processo de desterritorialização de homens, mulheres, crianças e idosos, os quais saíram de suas casas seja pela fome, pela guerra, ou pelas violências sofridas por abusos de autoridades, mas que em um novo território procuram reconstruir suas vidas em um processo de reterritorialização. Assim, tendo como mote a fundação do Al Jannah, oferecendo oportunidade de trabalho a essas pessoas, colaborando na formação de laços de socialidade, redes de atuação, de apoio e de amizades, tornando-se em um espaço inicial para que estas pessoas recomecem as suas vidas nesta translocalidade: nem mais a terra natal, nem mais o local novo, mas um território móvel que se transforma a partir da vinculação e formação de redes entre estes grupos e indivíduos.

Segundo Bras (2021, p. 71):

Entende-se, por diaspórico, o conceito trazido por Paul Gilroy – no livro *Atlântico Negro* – para explicar o fluxo das culturas negras no mundo devido ao sequestro e à escravidão dos povos africanos. As diásporas negras são todas as representações e ressignificações simbólicas e culturais transatlânticas trazidas pelas comunidades africanas para o resto do mundo”.

Assim, criam-se redes diaspóricas em um processo de formação de vínculos identitários, os imigrantes e refugiados recriam os seus laços familiares, de trabalho, de amizades, seja através do território local, do território transnacional ou do território móvel. Haesbaert (2003) afirma que tanto os imigrantes como os refugiados promovem laços muito intensos de relacionamentos com o local de origem, e também com os locais de migração e em diferentes pontos do globo, manifestando assim uma extensa rede de relacionamentos que envolvem cultura, pertencimentos, atividades econômicas. O espaço Al Jannah possui essa representatividade, pois boa parte do seu corpo de funcionários é composta por imigrantes e refugiados, os quais mantêm vínculos tanto com a família e amigos na terra natal e em outros territórios pelo globo, como também vínculos com os locais, aqui no Brasil. Esses vínculos criam redes de apoio locais e transnacionais, capazes de formular movimentos como o da causa palestina e dos movimentos em prol dos refugiados, bem como discussão sobre questões internacionais e sobre seus países de origem, entre outros.

Nesta seção, buscamos abordar essas identidades diaspóricas por meio da análise dos relatos de vida, da criação de redes locais e globais dos funcionários do Al Jannah. Procuramos observar, também, como tudo isso acontece durante uma parcela de tempo no espaço político, cultural, gastronômico, situado na cidade de São Paulo, o qual não se limita apenas à cidade, sendo capaz de criar vínculos e redes ativistas e de solidariedades nacionais e transnacionais.

Os funcionários que trabalham no espaço são brasileiros, refugiados e imigrantes de origens diversas, com palestinos, sírios, haitianos, cubanos, entre outros. Hasan afirma em entrevista dada a Aline Gomes Soares (2019) que, muitas vezes, eles não são contratados no comércio por não falarem português e quando são admitidos muitos deles recebem baixos salários. Podemos perceber o quão difícil é a vida do imigrante ou refugiado, os quais deixam as suas raízes por diferentes razões. E ao estarem em uma outra terra, terão que aprender uma nova cultura, um dialeto, um idioma, um novo modo de ser e de se reinventar, e muitas vezes sem qualquer projeto público governamental que os apoie.

Apesar disso, essas identidades se transformam e se ressignificam naquilo que Stuart Hall diz ser as identidades fragmentadas ou múltiplas identidades, isto é, o sujeito não é mais pertencente ao seu país de origem, mas também não pertence àquele território novo, em um processo de transculturação, interculturalidade ou hibridismo, “o sujeito se transforma elaborando múltiplas identidades, ocasionadas tanto pelo processo da diáspora como pelos efeitos da globalização” (HALL, 2000, p. 27).

Portanto, falar sobre essas histórias de vida se faz necessário, uma vez que são reconstruídas a partir das reexistências, das solidariedades, dos acolhimentos, das amizades, criadas através das multiterritorialidades, sendo o Al Janhia, um espaço que promove isso desde o seu primeiro dia de fundação.

Essas identidades são múltiplas e diaspóricas. Analisando primeiramente a questão diaspórica, podemos perceber na contemporaneidade o quanto o conceito de identidades puras e cristalizadas não se sustenta em meio à globalização. Mas também há muito tempo, como afirma Stuart Hall (2000), não existem identidades puras, uma vez que os habitantes originários daquela terra já não existem mais. Assim, ele afirma que “nossas sociedades são compostas não de um, mas de muitos povos. Suas origens não são únicas, mas diversas. Aqueles aos quais originalmente a terra pertencia em geral, pereceram há muito tempo.” (HALL, 2000, p. 30).

Assim, fruto da globalização, mas também de séculos anteriores, a exemplo das expansões marítimas e da modernidade colonial, como também muito antes, na época das civilizações antigas, sempre houve identidades diaspóricas e híbridas, realizando um movimento contínuo de transculturação, negociação, submissão, mas também de troca, nas palavras de Hall (2000, p. 20):

Através da transculturação “grupos subordinados ou marginais selecionam e inventam a partir dos materiais a eles transmitidos pela cultura metropolitana dominante. É um processo de zona de contato” (...). Essa perspectiva é dialógica, já que é tão interessada em como o colonizado produz o colonizador quanto vice-versa: a co-presença.

Hall enfatiza que este processo diaspórico vem aumentando como fruto da globalização, como pelas novas tecnologias, pois para ele há um afrouxamento entre a cultura e o lugar, de modo que “as culturas, é claro, tem seus “locais”. Porém não é tão fácil dizer de onde elas se originam” (HALL, 2000 p. 31). Essas culturas e identidades locais estão permeadas e entrecruzadas de hibridizações, como também fazem parte da comunicação de massa homogeneizante, o que Hall chama de Mc Donald-ização ou Nike-zação.

Afirma-se assim a formação dialógica das identidades: nem local, nem pura, nem cristalizada, muito menos, padronizada, cada cultura em cada lugar desenvolve os meios para lidar com as questões locais e globais. Assim, temos esta diversidade compreendida em várias localidades, e uma delas é o Al Janhia, espaço coletivo, que simboliza a cultura do bairro do

Bixiga, mas também a cultura do refugiado e do imigrante, vinculada aos efeitos da globalização e de sua localidade. O Al Janiah se faz nestes processos, nem homogeneizante, tampouco puramente local, mas entrecruzando hibridizações possíveis a partir da arte, do ativismo, das lógicas produção e consumo material e simbólico.

Para compreender melhor esse processo, analisamos em seguida as histórias de vida dos funcionários do Al Janiah, refugiados, imigrantes, migrantes brasileiros e paulistanos. Saliemos que essas histórias de vida estão contidas em fontes secundárias a que tivemos acesso (livros, teses, vídeos), logo não foram dados coletados pela nossa pesquisa primária de campo ou por entrevistas nossas.

A primeira fonte que será analisada é de Juliana de Carvalho (2019), que realiza um panorama da história da Palestina entrecruzando com a história de três funcionários refugiados do Al Janiah.

Um dos entrevistados da autora é Isam — ator de cinema e de teatro, escritor, poeta e professor universitário —, o qual se doutorou durante a guerra do Iraque. Nascido em Bagdá, no Iraque, ele com 62 anos de idade, já participou de várias guerras, já ministrou aulas em várias universidades, já participou de peças teatrais, além de filmes e longas. Atualmente separado da esposa, pai de dois filhos, ele afirma que está no Brasil não para viver, mas sim para morrer. Após a partilha de 1948, seu avô saiu da cidade de Haifa e foi com a família para um campo de refugiados na Síria, o acampamento Yarmouk. A história de Isam “começou em Bagdá onde nasceu, passou por guerras, pós-graduação na Romênia, um campo de refugiados no meio de um deserto da Jordânia e, agora, continua no Brasil.” (CARVALHO, 2019, p. 29).

Quando jovem, Isam entrou para a revolução Palestina, lutou na guerra do Iraque versus Irã (1976-1980). Após a guerra, em 1985 cursou seu doutorado na Romênia, em Tecnologia de Melhoramento Genético de Animais, em 1990 participou na Guerra do Golfo, no Iraque. No ano de 1994, entrou no Partido Comunista e se casou com uma iraquiana e tiveram um casal de filhos. Em 2003, com a guerra dos EUA contra o Iraque, Isam passou a sofrer perseguições políticas, cruzou a fronteira da Jordânia e permaneceu no exército durante quatro anos longe da família. Após isso veio para o Brasil com a sua esposa e filhos.

Essas e outras histórias são entrecruzadas com guerras, perseguições políticas, fuga, afirmam ainda mais que não podemos olhar para os refugiados sob o estigma de pessoas vitimizadas, mas sim pessoas que lutaram e que ainda lutam para terem vidas como as de qualquer outra pessoa.

Ao ser entrevistado pela autora, uma das falas interessantes de Isam foi afirmar que todos nós brasileiros somos refugiados. Segundo ele, “eu sou ex-refugiado, mas vocês brasileiros são refugiados... Onde estão os direitos de vocês? Vocês não têm.” (CARVALHO, 2019, p. 11). Além de suas inúmeras críticas ao nosso país, a falta de políticas públicas, ao posicionamento subalterno em relação às grandes potências, Isam ainda assim, diz gostar desse país. Porém, segundo ele, “o Brasil não é um meio de sobrevivência...e sim, lugar para se morrer em paz.” (CARVALHO, 2019, p. 38).

Outro refugiado entrevistado é Alaa, que chegou ao Brasil em 2015, tendo nascido na Síria, mas ele se considera palestino, pois é neto de refugiados palestinos. Aos doze anos de idade mudou-se para o Líbano, lugar este que, segundo ele, não lhe proporcionou muitas oportunidades de emprego, além do forte racismo e xenofobia. Ele veio para o Brasil apenas acompanhado de amigos, a sua família permaneceu no Líbano, no campo de refugiados Ain al-Hilweh. Segundo Carvalho (2021, p. 40), esse campo “é considerado o maior do Líbano, com cerca de 100 mil refugiados palestinos, dos quais 70, 8% vivem abaixo da linha da pobreza.”. A autora afirma que os refugiados que vivem nos campos de refugiados do Líbano não possuem direitos como cidadãos libaneses, vivendo como estrangeiros e impedidos de exercer cerca de quarenta profissões.

Alaa, ao chegar no Brasil, morou por cinco meses na ocupação Leila Kaled, depois da ocupação já morou em cinco apartamentos diferentes. Hoje ele trabalha no Al Jannah como gerente de garçons e possui o seu próprio negócio produzindo gelatos italianos com sabores árabes. Mas também já trabalhou no Brás como camelô vendendo tênis, entre outros subempregos. Ele aprendeu português com a ajuda de amigos brasileiros e em vídeos no Youtube. Alaa, por ser o único filho homem, tem a obrigação de ajudar a família que ficou no campo de refugiados no Líbano.

Alaa tem a certeza de que um dia os palestinos irão retornar para as suas terras. Segundo ele, Israel possui um dos maiores exércitos do mundo, mas até hoje não conseguiu ocupar integralmente a Palestina, pois o povo resiste. Carvalho (2019) afirma que até hoje a maioria das famílias palestinas guardam as chaves de suas casas com a esperança do retorno.

A última entrevistada da autora é Rawa, uma jovem de 23 anos, refugiada síria, palestina, mulher, artista e defensora da causa palestina e é funcionária do bar Al Jannah. Com a guerra na Síria, os seus dois irmãos saíram do país, e ela ficou com os pais. Porém, em 2014, decidiu sair também e de forma ilegal chegar até a Turquia. No livro de Carvalho (2019, p. 52), consta: “ela conta, aos risos, que “foi muito horrível”. É curiosa a forma como Rawa sempre ri

quando está relatando um caso trágico.”. Quando estava na Turquia, Rawa perdeu o pai vítima de câncer, ele havia vivido no país por sete meses e conta que foram sete meses de racismo, exclusão e dificuldades. Com o convite de seus dois irmãos que estavam no Brasil, Rawa decidiu sair da Turquia e vir para o Brasil. Ao desembarcar no aeroporto de Guarulhos, em São Paulo, “explica que sentiu muito medo nas duas primeiras horas em São Paulo” (CARVALHO, 2019, p. 55). Em São Paulo ela foi morar com os dois irmãos, o sobrinho e o cunhado, tendo a mãe permanecido na Síria.

Juliana Carvalho (2019) diz que as pessoas ficam impressionadas com Rawa, pois a ela não se parece em nada com o que um certo imaginário social estigmatizante pensa sobre uma refugiada. Tal imaginário social que relaciona o refugiado à miséria, à falta de instrução, ignorância e desespero.

Muitas das críticas de Rawa ao Brasil diz respeito à burocracia e à falta de informações aos estrangeiros para tirar o Registro Nacional de Estrangeiro. Segundo ela, ninguém a instruiu sobre isso, ela andou pela cidade, pesquisou no Google e obteve as informações sozinha. Ainda sobre essa falta de informações, Rawa enfatiza que o nosso país não é tão receptivo assim, uma vez que não possui nenhuma política de inserção social do estrangeiro, tais como ensino da língua, recolocação no mercado de trabalho, reconhecimento de seus diplomas, além da questão da moradia. Segundo Carvalho (2019, p. 56), “o Brasil é o único país que lhes concede o visto, mas, ao chegarem, percebem que a porta aberta é só para a entrada, todas as demais portas são fechadas.”.

Depois de quase um ano no Brasil, a família de Rawa conseguiu trazer a mãe deles para o país. Seu irmão mudou-se de São Paulo para Santa Catarina, na cidade de Balneário do Camboriú, devido a uma oportunidade de emprego. A mãe quis acompanhar o filho e fez com que Rawa fosse junto com eles, porém contra a vontade dela.

Em janeiro de 2017, Rawa decidiu fugir e voltar para São Paulo. Segundo ela Camboriú, diferente de São Paulo, não lhe proporcionava as mesmas oportunidades em sua profissão como produtora audiovisual e em projetos artísticos. Estando em São Paulo, Rawa começa a trabalhar como caixa no Al Jannah e com um projeto de dança folclórica Palestina para crianças, além de produzir os seus curtas.

Rawa foge à regra, é uma jovem que sai do seu país sozinha por duas vezes indo a países nunca visitados, uma jovem que foge das amarras tradicionais da família em busca do seu sonho, conquistando em São Paulo a sua independência financeira. Além disso, atualmente

Rawa namora com um palestino que também trabalho no Al Janiah, Yousef. Os dois conversaram durante um ano pelas redes sociais, ele na Palestina e ela em São Paulo. Em 2017, ele decidiu vim para o Brasil e até o momento os dois estão juntos, e fugindo de toda e qualquer tradição não pretendem se casar, mas sim alcançar seus objetivos pessoais e profissionais.

Segundo Carvalho (2019), este tipo de posicionamento não é visto com bons olhos dentro da comunidade árabe, pois assim que um casal se conhecesse já se espera muito em breve um casamento, além disso, por possuir vícios, como o cigarro e consumo de bebidas alcoólicas, Rawa não é um bom exemplo do padrão feminino na sua cultura, quebrando assim alguns padrões.

Além desses relatos biográficos realizados por outros estudiosos e que utilizamos aqui como fonte secundária, também podemos observar essas histórias de vidas nos vídeos postados no site do bar e na página do Facebook Al Janiah, conseguimos observar um pouco dessa dimensão e percepção sobre o que seria essa diáspora. Histórias marcadas pela guerra, pela separação de seus entes queridos, pelas perdas materiais e humanas, perdas comunitárias, pelos laços desfeitos, pela força da ação humana, assim são as inúmeras histórias de reconstrução, resistência, reexistência, persistência e luta, pela sua terra, sua comunidade, sua aldeia.

Tentar compreender essas histórias a partir de entrevistas é também entender o papel da memória nelas. Essa memória subjetiva e coletiva, memória do silenciamento e do esquecimento, daquilo que não se quer lembrar ou dizer, seja pela dor, tristeza ou pelo trauma. Vidas marcadas pela guerra, pelo abandono e pela luta, assim é a marca diaspórica do Al Janiah, com funcionários refugiados da Síria, reflexo da Guerra Civil de 2011. Assim, os refugiados palestinos sírios, libaneses e filhos de palestinos que sofreram com a Nakba — história marcadas por conjunturas do poder político e econômico —, ao estarem em um outro lugar, essas pessoas só querem ter o direito de recomeçar as suas vidas. Assim, elas buscam por oportunidades de empregos, educação para os seus filhos, moradia, ou seja, condições mínimas necessárias para todo e qualquer ser humano.

No entanto, ao se instalarem no país, os refugiados têm por objetivo reconstruir as suas histórias, mas eles encontram uma série de entraves, seja pela falta de apoio municipal, seja pela falta de políticas públicas, encontrando dificuldades para se adequar, aprender a língua, se inserir no mercado de trabalho, não tendo ajuda para a moradia. Além disso, encontram dificuldades em muitos ambientes para serem aceitos, respeitados por sua cultura, religiosidade, modos de ser e sentir o mundo. Logo, tratar o outro com alteridade, empatia e solidariedade é o mínimo que se pode fazer, pois esse outro que já sofreu com a indiferença em seu país — seja

pela expulsão, seja pelo perigo de morte, seja pela fome —, ao estar em um novo lugar, deseja reconstruir a sua vida, com oportunidades iguais, com respeito a sua cultura, com respeito a seu lugar de fala.

Nos escritos de Juliana de Carvalho (2021), ela analisa também como as reportagens são criadoras de memórias a respeito da história da criação do Estado de Israel, opondo-se à memória dos Palestinos, isto é, não sendo vistos como aqueles que foram expulsos de suas comunidades, mas sim aqueles que estavam em um território que não era deles.

A autora analisa uma reportagem do Jornal hoje, a qual entrevista um sobrevivente do Holocausto, Seu Joshua, de 85 anos, nascido na Romênia e que sobreviveu ao Nazismo, ex-militar. A reportagem se atém em sua história como um bom ex-militar, o qual enfrentou o inimigo palestino a fim de reaver a sua terra prometida.

Carvalho (2021) revela a omissão dessa narrativa, pois enquanto o entrevistado falava durante a reportagem sobre o avanço tecnológico de Israel em transformar a água do mar em água potável, milhares de palestinos vivem sem água. Além disso, segundo a autora, a reportagem cria todo um cenário de compaixão para com Joshua, enfatizando desde o início o Holocausto e o número de vítimas. A autora enfatiza, também, que durante a construção desta narrativa é observado e destacado o avanço tecnológico de Israel como um país bélico, com ares de otimismo, não sendo visto como algo negativo, “Logo após a imagem da bomba explodindo, Fernando Lottenberg, afirma que Israel não pode se permitir ser fraco, dando a entender que existe uma constante ameaça ao bem-estar da região.” (CARVALHO, 2021, p. 10).

Juliana também analisa que no momento que a reportagem comentou sobre a história da Palestina, trouxe um especialista sobre o assunto, Salem Nasser, ao invés de uma pessoa palestina que tenha vivenciado as guerras entre o Estado de Israel, tornando a narrativa de forma impessoal, diferente da narrativa anterior construída pelo Seu Joshua, sobrevivente do Holocausto e ex-militar, segundo a autora: “Nenhuma escolha no jornalismo, é realizada de forma aleatória, e tal opção de trazer apenas uma pessoa para debater a questão Palestina é, no mínimo duvidosa, principalmente quando essa pessoa não está falando de um ponto de vista pessoal, como Joshua.” (CARVALHO, 2021, p. 14).

Memórias omitidas, reconstruídas a partir das narrativas do vencedor, histórias marcadas pela guerra, pela perda de familiares, pela perda das suas comunidades. O Al Janiah, é um lugar que foi criado para atender e acolher essas pessoas, de brasileiros a imigrantes e

refugiados, os quais tiveram as suas vidas marcadas, seja pelo abandono, pela insegurança, pelas dificuldades. Porém, quando estão lá, possuem a chance de se reerguerem em busca de algo novo, melhor. Além de construírem redes de apoio, laços de amizades, essas pessoas refazem as suas vidas através da coletividade propiciada pelo espaço, seja através da música, da gastronomia, dos debates, do ativismo, do diálogo permanente acerca das minorias.

Em vídeos postados nas redes sociais pelo Al Jannah, nas falas dos funcionários foram repetidas inúmeras vezes a palavra acolhimento ou família. Isso nos traz a percepção de que o Al Jannah é muito mais que um emprego para esses funcionários, sejam eles refugiados, imigrantes ou brasileiros, pois além do Al Jannah reinserir essas pessoas no mercado de trabalho, o espaço lhes propicia uma oportunidade de reexistir. A palavra acolhimento está na boca dos funcionários, nos escritos bibliográficos sobre o Al Jannah, na boca dos frequentadores, a autora Maria Beatriz Santos confirma esta afirmação, a respeito dos funcionários: “(...) para eles estar no Al Jannah é muito mais do que trabalhar em um estabelecimento comercial, é estar com a família que construíram, ter um lugar para se expressarem e manterem a sua identidade”. (SANTOS, 2019, p. 38).

Nos escritos da autora Helena Manfrinato, ela narra a trajetória dela como funcionária do bar Al Jannah, sendo garçonete durante quatro dias da semana, realizando uma abordagem a partir do cotidiano, demonstrando a relação dela com as diferentes identidades culturais, sírias palestinas, congolesas, além de enfatizar o ativismo do Al Jannah. Segundo ela: “o restaurante passou a realizar muitas atividades promovidas por refugiados e imigrantes, como o Dia Internacional do Refugiado (...) artistas haitianos e congoleses passaram a realizar apresentações no espaço, promovendo debates sobre a nova lei de migração.” (MANFRINATO, 2017, p. 12).

Manfrinato afirma que a composição cultural desde frequentadores, músicos e funcionários é heterogênea, “qualquer um que entrasse na cozinha poderia dizer que não se encontrava no Brasil, a julgar pelo idioma falado, música, cheiros de comida, e temperos estrangeiros, (...) as políticas da Síria, Irã e Turquia.” (MANFRINATO, 2017, p. 13). A autora destaca as diferenças culturais da nossa cultura para a cultura palestina, segundo ela: “o café, o chá, a comida e o cigarro são compartilhados. Quando um bebe, bebem todos.” (MANFRINATO, 2017, p. 13). Entre essas diferenças e outras Helena narra que um dia foi jogar um pedaço de pão que sobrou de uma mesa no lixo e foi repreendida por Raame, um palestino, dizendo para ela que jogar pão no chão é haram, “em um país árabe, se um pedaço

de pão cai no chão, é comum a pessoa se abaixar, beijá-lo e comê-lo em seguida.” (MANFRINATO, 2017, p. 13).

Outras e demais experiências de Manfrinato com os demais funcionários palestinos são narradas, como a sua participação no Ramadan, realizada na cozinha do bar, “Ao final das refeições, mostram-me fotos e vídeos da família, que sei que revisitam sempre, especialmente durante o Ramadan.” (MANFRINATO, 2017, p. 14).

Além disso, a autora destaca o pudor dos homens árabes ao assistirem uma novela árabe, e que durante cenas amorosas se envergonham facilmente, também aponta todo o cuidado dos homens para com as mulheres funcionárias do bar, ajudando nas tarefas braçais e preocupados com a sua segurança no retorno tarde da noite para as suas residências, segundo a autora: “Todos se esmeravam em nos oferecer cigarros, em nós acompanhar de perto em saídas à rua ou em nos substituir no trabalho braçal.” (MANFRINATO, 2017, p. 14).

Por fim, a autora pontua que a criação do Al Janiah veio ao encontro da ocupação Leila Kalled, sendo um ambiente propício para o ativismo político, para o encontro das diferentes culturas, para os eventos culturais e ações sociais, ela diz: “(...) Al Janiah, não só composto de brasileiros, mas de outros imigrantes e refugiados que vão lá para fazer política (...) reunindo memórias de outros mundos, outras vidas, o passado, reunindo os povos da diáspora.” (MANFRINATO, 2017, p. 14).

Os relatos de Helena acerca do Al Janiah, enfatiza o quanto os brasileiros e os refugiados são diferentes em sua cultura, religiosidade e modos de ser, mas também como eles se aproximam e se hibridizam através das amizades, de gestos de solidariedade, das pautas nacionais e estrangeiras em comum, bem como, da existência de um novo modo cultural insurgente a partir dessas culturas que se cruzam.

Nos escritos da autora Silvia Zelaya (2016), ela enfatiza o protagonismo dos imigrantes e refugiados, reconhecendo-os em uma visão para além da tradicional, isto é, não são vistos como vítimas de catástrofes ou como mera mão de obra, mas também como agenciadores culturais de seu país, a partir de festivais culturais e mesa de conversa, a autora traz esse novo enfoque acerca dos refugiados.

Ao analisar o evento I Festival do dia Internacional do Refugiado, realizado no centro de São Paulo no dia 19 de junho de 2016, Zelaya (2016) destaca a participação do Al Janiah no evento e em seus relatos etnográficos registrados no dia 19 de junho de 2016 (informação presente em seu livro) um palco foi colocado na rua Álvaro de Carvalho, no qual aconteceu

apresentações de músicas congolezas a latinas, com comidas de diferentes culturas somado a venda de artesanatos. Diz ela que, “nas proximidades do palco, no restaurante palestino Al Janiah, havia uma enorme fila para os Shawarmas e para o fufu, comidas típicas da Síria e do Congo”²⁷. Neste mesmo dia foi fundada a Frente de Independência de Refugiados e Imigrantes (FIRI), fruto de quatro coletivos, o Grist, a Equipe de base Warmis, Acervo vivo das Novas Culturas Imigrantes e o Mopat, cujo um dos líderes é Hasan Zarif, dono do espaço Al Janiah. Em entrevista dada à Zelaya, Hasan diz: “Aqui no Brasil eles acabam não tendo voz, sendo representados pelas Ongs e governos. Este é um momento de organização entre refugiados e imigrantes (...) para que dentro dessa frente possamos nos informar sobre a situação política do outro.” (ZELAYA, 2016, p. 11).

Segundo Zelaya (2016, p. 12) as intervenções artísticas, festivais e performances, contribuem para o protagonismo do imigrante, nas palavras da autora, “possibilitando a construção de representações mais plurais e menos estereotipadas sobre os imigrantes.”.

A história do bar e centro cultural Al Janiah se entrecruzam com uma série de outras histórias, começando pela causa palestina e depois abraçando outras demandas, seja a dos refugiados, seja pelas pautas minoritárias, como a da comunidade LGBTQIA+, das pessoas negras, das mulheres, dos indígenas, dos quilombolas entre outras pautas). Assim, são diversas são as bandeiras defendidas pelo Al Janiah.

Uma das bandeiras que o Al Janiah também defende é a das pessoas que vivem em ocupações, como a ocupação Leila Kalled. No artigo “Casas que derramam”, dos autores Rafael Domenes e Camila Issa (2019), trazem um pouco acerca desta narrativa, destacando seu projeto, enquanto psicólogos, realizado no espaço Al Janiah com crianças que vivem nas ocupações. Eles contam em seu breve artigo como aconteceu esse projeto e como o bar/centro cultural Al Janiah abriu as suas portas para essa realização, cedendo um de seus espaços (a sacada de cima), todas as quartas-feiras às 19 horas para a sua realização.

No projeto, as crianças, que participaram dele, contemplavam a faixa etária de 3 a 14 anos, todas em situação de vulnerabilidade, moradoras de ocupações. O projeto, ao invés de focar nessa questão, acabou não enfatizando-a tanto assim. Os autores apontam que não existia metodologia prévia, tudo aconteceu de forma espontânea, a partir de atividades lúdicas, através das brincadeiras de crianças (tanto brincadeiras antigas e atuais), que as crianças passaram a se

²⁷ Lembrando que, naquela época (2016), o Al Janiah se localizava na Rua Álvaro de Carvalho, Anhangabaú, e hoje se localiza na Rua Rui Barbosa, Bixiga.

relacionar e criar vínculos de afetividades com os funcionários do Al Jannah. Segundo os autores tudo aconteceu de forma espontânea, inclusive os vínculos de afetividade entre os funcionários com os psicólogos e as crianças do projeto. Aos poucos, o espaço do restaurante foi sendo explorado pelas crianças e as conexões das crianças com os funcionários do bar começaram a ocorrer, primeiro a partir de entrevistas com estes funcionários, pois as crianças queriam saber de onde eles vieram, porque saíram de seus países, além de hábitos culturais, como a utilização do lenço Jihab no pescoço, até partirem para as brincadeiras de quando eles eram crianças, resgatando essa memória cultural e afetiva, juntos, os funcionários e as crianças passaram a entrecruzar as culturas e memórias.

Logo, percebe-se com isso os hibridismos culturais e situações de interculturalidade propiciados pelo e através do Al Jannah, seja no relacionamento entre funcionários brasileiros e estrangeiros, seja a partir de projetos sociais, como esse apontado acima, seja a partir dos modos e usos de seus frequentadores, produtores, músicos, ativistas, palestrantes, coletivos entre outros, os quais compõe a atmosfera híbrida que respira o Al Jannah.

Na próxima subseção, serão analisados uma sequência de vídeos, os quais trazem as narrativas dos funcionários do Al Jannah, brasileiros e estrangeiros, vidas que se reconstróem a partir do acolhimento, da solidariedade, da resistência e reexistência promovida pelo Al Jannah. Procurou-se observar e destacar as falas dessas pessoas, bem como também analisar como o espaço promove a solidariedade e o ativismo acerca de pautas nacionais e estrangeiras.

Narrativas de funcionários do Al Jannah: brasileiros e estrangeiros

Nesta subseção, analisamos quatro vídeos, alguns realizados pelo Al Jannah outros realizados pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, todos eles disponíveis na página do Facebook do Al Jannah e também pelo Youtube. Escolhemos esses vídeos por estarem na página do Facebook, ou seja, por constituírem-se como a narrativa deles próprios e, de alguma, forma “autorizada” e reconhecida por eles como legítima. Esses quatro vídeos têm em comum as narrativas de histórias de vida dos funcionários do Al Jannah, sejam eles brasileiros, imigrantes ou refugiados.

Os vídeos apresentam narrativas e falas dos funcionários, que a partir delas podemos perceber a construção da história do Al Jannah como um espaço coletivo. Além disso, percebe-se também o quanto a história do Al Jannah se concretiza a partir da história de vida dessas

peças que efetivamente fazem o espaço acontecer, seja através da gastronomia, feita pelos funcionários da cozinha, seja através do atendimento dos garçons e dos atendentes do caixa. Enfim, são esses funcionários que fazem parte da logística e são de alguma forma o rosto aparente que se visibiliza para o público frequentador. Falar sobre essas vidas e analisar os seus relatos se faz imprescindível para este trabalho, tanto na compreensão de como o espaço se formou e se estruturou, como também nos laços constituídos, e ainda na importância de dar amplificação para essas vozes circularem e ganharem visibilidade audível.

O primeiro vídeo a ser analisado é “Quem faz o Al Jannah” episódio 1, disponível no Youtube desde o dia 24 de julho de 2019 e também na página do Facebook Al Jannah. Em nosso entendimento, esse vídeo é uma produção do Al Jannah²⁸, ainda que não realizada por eles, mas usada e apropriada como sua.

No vídeo temos diferentes falas de funcionárias do Al Jannah, todas mulheres brasileiras, as quais narram sobre disputas, conflitos, interculturalidade, lutas, reexistências, socialidades, acolhimento e solidariedade. A primeira fala destacada no vídeo é de uma jovem branca que relata que o Al Jannah foi o primeiro local de trabalho em que ela se sentiu vista como uma pessoa. Logo, percebe-se aqui que o espaço, além de oferecer um trabalho para as pessoas em situação de vulnerabilidade, também é um lugar que oferece humanização, não tratando seus funcionários sob uma regra utilitarista, mas como seres humanos, com as suas singularidades, especificidades, identidades. Conforme relatado no vídeo, essa funcionária destacou um episódio em que foi ofendida por uma cliente, sentindo-se muito mal e começou a chorar. Vendo toda a situação, o gerente Billal lhe disse: “Para de chorar agora, isso aqui é um lugar de resistência, você vai tomar uma cerveja se recompor, descer lá que ela vai te pedir desculpas”, segunda ela foi isso que aconteceu, a cliente lhe pediu desculpas e ela continuou a trabalhar satisfeita.

Em outro momento do vídeo, vemos em cena a funcionária Bianca, jovem negra e militante de 24 anos, funcionária do Al Jannah desde 2018. Ela conseguiu o trabalho no local devido a sua aproximação com a ocupação Leila Kalled, que abriga imigrantes e refugiados em situação de vulnerabilidade. Bianca ressalta a importância de conhecer as histórias de vida dos refugiados. Ela destaca que o trabalho no Al Jannah significa para todo refugiado um recomeço, levando e representando a sua cultura de origem, bem como as suas pautas. Além disso, a

²⁸ Vídeo produzido pelo Al Jannah, publicado no dia 24 de julho de 2019, com 284 visualizações (até o dia 06 de dezembro de 2021). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZDjW-FEW4JA>. Acesso em: 20 jan. 2021.

entrevistada enfatiza que o Al Jannah abre as portas para os outros movimentos atuarem, seja esse movimento do Hip Hop, das mulheres, entre outros.

Por meio dessas narrativas, podemos perceber as conexões que o movimento pela causa da palestina traz consigo outros movimentos de grupos minoritários. Observa-se assim a um reconhecimento, um envolvimento e uma relação entre aqueles mesmos refugiados palestinos que lutam em prol de uma Palestina livre e brasileiros pertencentes a grupos minoritários, que sofrem com as desigualdades presentes nos espaços urbanos, seja pela cor, gênero, orientação sexual, identidade de gênero, partido político, religião e classe.

De modo geral, nas falas de todas as funcionárias entrevistadas, elas ressaltam o quanto o Al Jannah, é um espaço de trabalho que acolhe as pessoas, sendo tratadas como família. Na fala da Bianca, “o Al Jannah transforma a gente em uma família, a gente se preocupa, a gente se conversa, fala de problemas, fala sobre a vida, sobre expectativa, sobre esperança, que muitas vezes isso em outros espaços não poderia acontecer”.

Além dessas visões, ainda neste vídeo as falas das funcionárias colocam em voga o Al Jannah como um espaço de resistência construída a partir das lutas pelas minorias, da luta diária por melhores oportunidades e acesso ao emprego, à moradia, à educação e à qualidade de vida. Segundo Bianca, o Al Jannah é um espaço de fortalecimento, para alcançar outros objetivos, outras carreiras. Assim, o espaço oferece oportunidade de trabalho, dando uma espécie de “ponta pé inicial” a brasileiros, imigrantes e refugiados, para que no futuro possam conquistar possibilidades outras de carreiras e negócios.

O segundo vídeo a ser analisado é “Caminhos ao Al Jannah”, disponível pelo Youtube e também na página do Al Jannah no Facebook. O vídeo é produzido pelo coletivo Los Ensebados, disponível desde o dia 18 de julho de 2020²⁹.

Este vídeo coloca em destaque as falas dos funcionários do Al Jannah brasileiros, imigrantes e refugiados. O primeiro entrevistado é Bulend, que trabalha como garçom no espaço. Ele é curdo da Turquia e tem 44 anos. Ele aponta que estando aqui no Brasil não se vê como um estrangeiro, mas fazendo parte do país, pertencendo a ele. Diz que “para mim, eu não sou refugiado, nem imigrante, eu sou recém-chegado”³⁰. A partir desta fala, podemos perceber,

²⁹ Vídeo produzido pelo canal Los Ensebados, coletivo independente formado por estudantes de cinema, o vídeo foi publicado no dia 18 de julho de 2020 e atualmente possui 817 visualizações (dia 06 de dezembro de 2021). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JEjSe4xqw2g&t=36s>. Acesso em: 06 dez. 2021.

³⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JEjSe4xqw2g&t=36s>. Acesso em: 01 maio 2022.

a reconstrução das identidades diaspóricas, as quais realizam na vida experienciada, vivências de uma cidade natal, com outras de outras culturas, tal identidade não está mais vinculada à pátria, ao pertencimento a um lugar, mas sim a vários lugares, onde a família, o trabalho, o grau de pertencimento são reconstruídos, porém não deixando de lado, as suas especificidades identitárias da terra natal, seja na cultura, nos valores, no modo de entender as relações, nos modos de ser.

O segundo entrevistado é Gerardo, cubano, 39 anos, ele fala que o Al Jannah é tudo para ele, pois foi no espaço que conheceu a sua esposa, constituiu a sua família, afirmando que o Al Jannah lhe deu casa, lhe deu trabalho, amigos, família. Percebe-se nas falas as narrativas das identidades diaspóricas, a sua reconstrução nos entrelugares, o qual não é mais o lugar de nascimento, nem tampouco o lugar vivido agora, mas sim uma reconstrução no entre, ressignificando, reexistindo e reconstruindo novas formas de viver.

A terceira entrevistada é a funcionária Joyce, brasileira de 25 anos que trabalha como garçoneite, ela afirma que o Al Jannah é a sua segunda casa, ressaltando a questão do pertencimento, como também, a questão de “família”, assim como foi relatado no vídeo anterior pelas funcionárias brasileiras. Ainda sobre essa mesma questão, o entrevistado Bulend afirma que o Al Jannah é um espaço acolhedor, diferentes de outros espaços no Brasil que são segregados.

Ao longo do vídeo, os entrevistados narram as suas histórias de vida em seus países de origem, desde a formação, convivência com a família, questões políticas e econômicas do país de origem. O funcionário Gerardo é formado em técnico em Informática e em biblioteconomia, em Cuba. Ele ressalta as dificuldades de um estrangeiro em nosso país, de encontrar um emprego, bem como a questão do preconceito, por não falar a língua, entre outros aspectos.

Já o entrevistado Bulend, que está há onze anos no Brasil, trabalhou por muito tempo no movimento sindical na Turquia. Ele veio para cá, pois se casou com uma brasileira, que conheceu na Alemanha quando fazia o seu mestrado. Bulend é turco, ligado ao movimento trabalhista, com formação acadêmica internacional, casado com uma brasileira e pai de dois filhos, sua identidade está vinculada com a sua vida acadêmica, formação profissional, carreira e vida pessoal, todas se entrecruzando. Ambos, Gerardo e Bulend, possuem formação acadêmica, lembrando que, estando em um outro país que não reconhece o seu diploma, veem-se obrigados a trabalhos em diferentes áreas e com baixa remuneração.

Já nos relatos da entrevistada Joyce, ela diz que antes de trabalhar no Al Jannah, trabalhava como auxiliar de limpeza em um fórum. Joyce conheceu o espaço através da fundação Leila Kalled, já que é moradora da ocupação. Ela relata um pouco sobre sua experiência como moradora destacando o embate de diferentes culturas, os problemas com a insegurança e com a repressão da força policial. Sobre os refugiados, Joyce afirma: “eles chegam lá na ocupação, tentam melhorar de vida, aí eles saem, e dão espaço para outras famílias árabes”. Nesta fala fica evidenciado o que já foi abordado no vídeo anterior, como as identidades diaspóricas se reconstróem, muitas vezes a partir de situações completamente inapropriadas para a existência, mas a partir de uma rede de solidariedades entre os refugiados e brasileiros existe a possibilidade da reconstrução dessas vidas.

Além dessas questões, outras mais são tratadas no decorrer do vídeo como a questão da dificuldade com o idioma, os entrevistados Gerardo e Bulend falam a respeito, enfatizando que por conta disso acabam tendo dificuldades em conseguir um emprego. Além disso, os entrevistados enfatizam a questão do acolhimento por parte dos brasileiros, principalmente dos moradores das periferias. Gerardo diz que quando morava na favela, fez muitas amizades e que todos se ajudavam, ele não tinha trabalho, não tinha casa e as pessoas eram solidárias com ele.

Essas e outras questões são pontuadas no vídeo, por exemplo, a respeito das diferenças culturais. Bulend fala sobre essas diferenças de “sentidos” entre a cultura dele e a cultura brasileira, dando o exemplo na música. Ele relata que gosta de música melancólica, no entanto a melancolia aqui é muito associada à morte, segundo ele, na cultura oriental, a melancolia é um recomeço, um reinício. O entrevistado observa os sentidos diferenciados associados à música melancólica para ambas as culturas, enfatizando não entender esse gosto e associação brasileira de perceber a melancolia como algo ruim. Além disso, ele afirma que a Turquia, assim como o Brasil, tanto economicamente, socialmente e politicamente ambos são países de tensão, “tem muito sofrimento, tem muitos pobres, têm muita desigualdade, então melancolia surge a partir daí”. Fica claro nas falas de Bulend as nossas diferenças e semelhanças culturais em relação a Turquia e ao Brasil, “ambos os países estão em constante tensão”, seja pela insegurança, pela fome, pelas guerras internas, pelas desigualdades constantes, ambos sofrem males parecidos, mas damos significados diferentes a eles, seja através da música, da língua, do corpo, da fala, das expressões artísticas como um todo.

O vídeo em questão, além de propiciar a amplificação da voz para os seus funcionários, enfatiza um pouco das trajetórias desses funcionários antes e depois do Al Jannah, trazendo para a reflexão o quanto o espaço modifica e transforma a vida desses trabalhadores brasileiros e

estrangeiros, garantindo-lhes dignidade, acolhimento e respeito no ambiente de trabalho. Além disso, o vídeo passa uma forte ideia de construção dos laços de sociabilidades criados entre os funcionários.

O terceiro vídeo a ser analisado é “A Trajetória Urbana de Migrantes e Refugiados na cidade de São Paulo”, do Projeto GECEI-PUC-SP, disponível na página do Facebook do Al Jannah desde o dia 20 de maio de 2021³¹. Este vídeo traz relatos de cinco funcionários imigrantes e refugiados, os quais contam as suas histórias de como é morar no Brasil enquanto estrangeiros, as dificuldades com a língua, as dificuldades de entrar no mercado de trabalho, as histórias da terra natal. Além disso, o vídeo narra o que representa o Al Jannah para os funcionários, sendo um espaço categorizado por ser um lugar de trabalho, de acolhimento e familiar.

Algumas histórias e falas merecem destaque, como a história de Alaa Aden Kassen, filho de Palestinos, que nasceu na Síria e tem 30 anos de idade. Devido às dificuldades com o português, logo no início foi muito enganado, em seu relato diz: “eu trabalhei aqui no Brasil com um cara árabe, que me enganou, ganhava 15 reais por dia e não sabendo o valor do dinheiro acreditava que aquele dinheiro era suficiente”. Depois Alaa alugou uma barraca no Brás e passou a vender tênis, devido às intempéries do clima, sua barraca foi atingida por uma árvore e ele novamente se viu sem um meio de sobrevivência. Logo depois conheceu o Al Jannah, passando a trabalhar como gerente na cozinha.

Outro entrevistado é Marlon Gonzalez Mayo, cubano, 36 anos de idade. Em Cuba era técnico de informática, conheceu a sua esposa brasileira lá e depois veio para o Brasil. Ele diz que estando no Brasil, trabalha mais do que quando estava em Cuba. Ele relata que arrumar um emprego aqui no Brasil é difícil e que tem amigos cubanos que ficaram mais de um ano desempregados. Marlon começou a trabalhar no Al Jannah devido a uma indicação de um amigo cubano. Além de se sentir muito bem no local de trabalho, ele afirma que no Al Jannah ninguém se sente superior a ninguém independente do cargo.

³¹ Publicado na página do Facebook do Al Jannah no dia 20 de maio de 2021, contendo 594 visualizações, os dois vídeos foram realizados pelo grupo de pesquisa GECEI. Os vídeos fazem parte do projeto de pesquisa conduzido por pesquisadores do Grupo de Estudos sobre Conflitos Internacionais e associados em 2020. Grupo de Pesquisa GECEI: O Grupo de Estudos sobre Conflitos Internacionais (GECEI) da PUC-SP foi criado em 2015 e cadastrado no diretório do CNPq em 2017. É vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Relações Internacionais San Tiago Dantas (UNESP-UNICAMP-PUCSP) e ao Curso de Relações Internacionais da PUC-SP. O GECEI é coordenado pelo Prof. Reginaldo Nasser (PUC-SP) e congrega uma diversidade de integrantes, desde graduandos até professores doutores, sobretudo da área de Relações Internacionais. Disponível em <https://www.facebook.com/aljannah01/videos/384807446121186>; <https://www.facebook.com/aljannah01/videos/475158507082894>. Acesso em: 10 nov. 2021.

O próximo entrevistado é Billal Jaber, nascido no Líbano. Filho de palestinos, ele afirma que se não fosse pelo irmão, que já estava aqui, ele não viria para o Brasil. Segundo o relato dele, o Brasil é reconhecido pela máfia; mas, internacionalmente falando, não é muito conhecido, a não ser pelo futebol e carnaval. Para sobreviver aqui ele começou a fazer contrabando de mercadorias, e que já trabalhou em tudo o que lhe aparecia, dizendo que “precisava, era necessidade, eu não pensava em escolher”. Depois de um tempo recebeu a proposta de trabalhar no Al Jannah, conheceu Hasan (dono do espaço), que na época precisava de alguém para gerenciar o lugar. Billal aceitou a proposta, trabalhando em todos os espaços do Al Jannah a fim de conhecer toda a dinâmica, ele afirma que:

Aqui no Al Jannah tu encontra o coração do mundo, tem gente da Argélia, tem gente de Cuba, gente de tudo quanto é lugar do mundo, ele é conhecido nacionalmente e internacionalmente, eu tenho meus primos lá na Inglaterra, os caras conhecem o Al Jannah de lá, então ele ficou um ponto de encontro da luta Palestina, e mesma coisa da luta pela política brasileira também, aqui ficou um encontro da esquerda.

Assim, perceber-se a translocalidade (APPADURAI, 1997) presente no Al Jannah, a qual transcende o seu território, criando outras redes possíveis, seja na cidade de São Paulo a partir dos coletivos, dos partidos políticos, das universidades ou através das ocupações, ou de forma internacional, dialogando com outros movimentos mundo a fora.

A próxima entrevistada no vídeo é Nedaa Khalil Ali Husein, palestina. Ela afirma que na Palestina não tem muito trabalho. Nas palavras dela “está todo mundo viajando pra outro país”. Nedaa relata que é muito complicada a vida enquanto estrangeira, sem família, sem amigos, não sabendo falar a língua. Ela também diz que adora trabalhar no Al Jannah, pois nas palavras dela “é família, todos são bons”³².

A última entrevista presente no vídeo é de Rawa Alsagheer, nascida na Síria, filha de palestinos. Segundo ela, a vida dela recomeçou com o trabalho no Al Jannah e diz que ali é “um lugar que recebe todo mundo, que você se sente que está entre família”³³.

Portanto, pode-se perceber neste vídeo e em outros já analisados que temos a repetição dessa percepção de “acolhimento”, “família”, ou criação de “laços afetivos”, entre o corpo dos

³² Disponível em: <https://www.facebook.com/aljannah01/videos/384807446121186>. Acesso em: 10 nov. 2021.

³³ Disponível em: <https://www.facebook.com/aljannah01/videos/384807446121186>. Acesso em: 10 nov. 2021.

funcionários. Essas falas e relatos ressignificam o bar, restaurante e espaço cultural Al Janiah como um local de trabalho humanizado, proporcionando até certo ponto um viés horizontal, menos verticalizado, hierarquizado ou mercadológico. No entanto, não perdendo de vista a questão que o bar também foi feito para dar lucros e que ele também está inserido em uma lógica capitalista, porém desde a sua fundação e ao longo do tempo o espaço vem atuando como um local de trabalho acolhedor e humanizado, o qual verifica as necessidades e questões pessoais de seus funcionários.

A esse respeito em conversa informal com Hasan Zarif, dono do Al Janiah em setembro de 2020, ele afirmou que o espaço não foi criado com a intenção de dar lucros, mas promover um espaço para a esquerda progressista, capaz de divulgar a militância em prol da causa palestina e além disso que o local ao mesmo tempo fosse capaz de oferecer trabalho a brasileiros e estrangeiros em situação de vulnerabilidade, pagando salários acima da média do mercado (cerca de dois salários mínimos).

No segundo episódio do vídeo “A Trajetória Urbana de Migrantes e Refugiados na cidade de São Paulo”, Projeto GECI- PUC-SP, os mesmos entrevistados do primeiro episódio narram a questão da cidadania e da terra natal. O entrevistado Alaa Aden Kassen, relata que por estar sem documento no Líbano sofreu muito com a discriminação; Alaa informa que o país colocou uma lei na qual, após às 18 horas, nenhum refugiado poderia sair na rua. E, agora estando aqui no Brasil, ele já conseguiu o seu registro nacional de estrangeiro, o RNE, que foi muito rápido. Quando questionado a respeito das políticas públicas, ele não as vê como algo que realmente aconteça, ressaltando sobre a precariedade dos serviços públicos, como a demora no atendimento nos hospitais públicos, além da falta de auxílio à moradia para pessoas em situação de vulnerabilidade. Sobre sua família, ele conta que deixou pai, mãe e irmãos no Líbano em um campo de refugiados e atualmente é ele quem sustenta a família lá. Quando questionado sobre qual país é melhor para viver, ele diz: “pra morar, ou o Brasil ou a Palestina”³⁴.

A partir desse relato conseguimos perceber que mesmo com todos os problemas sociais no Brasil, como falta de políticas públicas para brasileiros e estrangeiros, bem como serviços sociais de qualidade, mesmo assim Alaa escolhe morar aqui. Talvez isso se explique pelo preconceito e estereótipos sofridos no Líbano, tendo informado em outros vídeos e bibliografias que o tratamento ao refugiado não é de forma alguma humanizado, pois os refugiados são

³⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/aljaniah01/videos/475158507082894>. Acesso em: 10 nov. 2021.

excluídos de todo e qualquer direito como cidadão, não podendo comprar imóveis, estudar em universidades públicas, não tendo acesso as vagas de emprego, além de sofrerem perseguição das autoridades e estigmas sociais.

Outro entrevistado neste segundo episódio é Billal Jaber, que também denuncia os descasos enfrentados pelos refugiados no Líbano. Ele reafirma que o refugiado não é considerado cidadão libanês, mas sim palestino libanês, por conta da sua ascendência palestina. Ele conta que todo palestino que saiu após 1948 da Palestina não tem direito ao documento do país que nasce, e seus filhos até a sexta geração, nas palavras de Billal: “Ai eles dão um documento de palestino libanês ou palestino sírio.”. Billal diz que nestas condições a pessoa já nasce sem direitos, sem direito à saúde, à educação, a adquirir uma casa em seu nome. Quando questionado a respeito das políticas públicas brasileiras, assim como Alaa, ele denuncia a falta de auxílio moradia no Brasil, e que se não fosse pelas ocupações, a exemplo da ocupação Leila Kalled (fundada em 2015 por movimentos sociais), ele e outras dezenas de famílias brasileiras e estrangeiras iriam ficar desabrigadas. Quando questionado sobre sua família, ele diz: “meu pai era militante da Frente Popular da Palestina, então toda hora a gente saía de um país para o outro; eu nasci no Líbano, a minha irmã nasceu em Triples, tenho um irmão que nasceu na Jordânia, outro na Líbia, outro na Síria.”.

Ao ser questionado sobre a sobrevivência do Al Jannah durante a pandemia, Billal informa que o espaço tem passado por uma grande crise financeira com despesas altas, tendo que pagar salários de dezesseis funcionários, além do pagamento dos fornecedores.

A respeito de como é morar no Brasil, enquanto estrangeiro, Billal diz: “eu gosto muito do Brasil, não troco esse país por nenhum lugar do mundo, só pela Palestina”. Assim como Alaa, ambos gostam do Brasil apesar das dificuldades enfrentadas por eles seja de moradia, de trabalho ou de políticas sociais. Sobre a Palestina, Billal relata que a conhece através dos olhos dos seus avós e que “a questão Palestina não é nem uma questão patriota, é uma questão de vida; a gente não conhece, mas a gente ama, a gente luta até o sangue”. Percebe-se nesta última fala o sentimento de pertencimento a partir de uma identidade nacional e étnica construída a partir das histórias e do imaginário e memória familiar. Tanto Billal como tantos outros palestinos carregam e assumem este imaginário associado pela luta em prol da causa palestina, na qual um dia poderão pisar neste território, vítima da usurpação e expropriação do Estado de Israel.

Nesta situação etnográfica, procuramos analisar fontes secundárias com relatos biográficos dos funcionários do Al Jannah, observando o quanto eles dialogam entre si, seja nas

questões acerca das identidades diaspóricas, no acolhimento do Al Jannah, e nas reconstruções das vidas e estratégias de reexistências desses funcionários brasileiros e estrangeiros. Também, procuramos observar nessas narrativas relatos das trajetórias desses sujeitos, analisando os vínculos construídos entre eles, relacionamentos com os clientes, além de observar os relatos de vida de refugiados, imigrantes e brasileiros, os quais trazem a realidade vivida por essas pessoas em situações quase sempre de vulnerabilidade. Em sua maioria, contam que foram pouco amparados por políticas públicas, contando muitas vezes com a ajuda das comunidades de imigrantes e refugiados que já se encontravam no país, ou até mesmo de brasileiros, como é o caso de Hasan, dono do Al Jannah. Ao mesmo tempo em que esses relatos nos sensibilizam, eles também narram as histórias de reconstruções de vidas, que estando em um diferente território não se vitimizam, mas aprendem a lidar e a reexistir em uma nova cultura, em modos de ser, de trabalhar, de viver.

4.3.4 Situação 4 – Identidades e lógicas de consumo: frequentadores do Al Jannah.

A intenção desta seção é compreender o Al Jannah com um espaço coletivo de múltiplos territórios que ressoam múltiplas identidades na contemporaneidade através das lógicas de consumo ali presentes. Para isso, a metodologia adotada foi o campo presencial entre setembro de 2020 a dezembro de 2021, observando os espaços do Al Jannah e as identidades dos frequentadores a partir de conversas informais, bem como as conversas informais realizadas com seguidores da página do Facebook do Al Jannah. Os conceitos de identidade fragmentada de Stuart Hall (2011), as noções de fluxos e atravessamentos da globalização em Appadurai (1996) e Canclini (1999) e alguns conceitos de Máximo Canevacci (2021), observando as suas similaridades acerca do estudo das identidades contemporâneas também foram mobilizados para analisar essa situação 4.

Falar a respeito das identidades fragmentadas nos territórios urbanos é assumir que elas fazem parte da cultura urbana, dos intercâmbios culturais, das lógicas de consumo, dos sentidos de ativismos políticos e das imbricações de tudo isso, seja a partir da cidade institucionalizada (fruto do olhar verticalizado do poder) ou a partir de sua horizontalidade, que dá a ver muitos atravessamentos e espaços intersticiais, os quais se constroem a partir dos usos e sentidos do urbano e dos espaços da cidade. A esse respeito, o Al Jannah se destaca nas formas de consumo cultural/ativista/ideológico dos espaços coletivos, sendo um lugar de cultura, de acolhimento,

de troca, de ativismos, de consumo, de apropriação, de repertório, de histórias, de trajetórias, de agenciamentos subjetivos e coletivos.

Portanto, compreender esse espaço coletivo, as percepções e práticas de consumo cultural mais alternativo, as identidades e percepções dos frequentadores ajuda-nos a entender um pouco sobre as lógicas identitárias e de estilos de vida múltiplos entre fluxos globais e locais que atuam junto às lógicas de consumo naquele local. Estas lógicas de consumo, como já debatemos no capítulo 2, não estão desvinculadas das memórias, identidades se perfazendo no espaço, suas bandeiras e causas ideológicas, seus pertencimentos, envolvimento e diversão, expressas nas corporalidades, indumentárias e formas de ser e agir.

Como bem observou Stuart Hall (2011), hoje as identidades não são formadas a partir de um único núcleo comum, seja ele a família, a religião, o trabalho, o local que se mora ou a nação, mas a partir de uma diversidade de muitos referentes existentes no passado, presente e futuro. Essa percepção diverge das abordagens clássicas das identidades, tanto no sentido Iluminista, que pressupõe um sujeito dotado de razão e unicidade, como no sentido sociológico, que pressupõe as identidades formadas a partir da interação com o seu meio, sem observar e analisar questões mais profundas. Para uma compreensão mais complexa e crítica acerca da identidade, Hall (2011, p. 3) traça uma análise baseada em estudos do campo do discurso e da psicanálise; segundo ele, a análise discursiva vê a identificação como uma construção e como um processo nunca acabado, pois sempre há algo que falta para um ajuste completo, ou seja, “como todas as práticas de significação ela está sujeita ao jogo da diferença.”. Assim, segundo Hall (2011, p. 4), a identidade pensada a partir do discurso envolve fronteiras, condições a partir da diferença e da falta daquilo que ela não é, elas são constituídas dentro e não fora dos discursos, pois “elas emergem no interior do jogo de modalidades específicas de poder e são assim, mais o produto da marcação da diferença e da exclusão do que signo de uma unidade idêntica.”.

Nesse processo, temos a formação das identidades fragmentadas do eu contemporâneo, atravessado por questões locais, geracionais, de classe, de etnia, religião, gênero, orientação, gostos, usos, subjetividades, territórios diaspóricos, translocais, questões globais, midiáticas, ideológicas, políticas. Por isso, é um processo inacabado, formado a partir da diferença e da falta, capaz de agenciar e transformar questões locais e globais atendendo as suas relações subjetivas e coletivas, amistosas, conflituosas ou de negociações.

Com a finalidade de compreender e analisar sobre essas identidades, realizamos uma série de conversas informais com alguns frequentadores do Al Jannah durante o primeiro

semestre de 2021. Todos esses frequentadores são usuários da página do Facebook do Al Janhia e as conversas informais foram realizadas a partir de videochamada. A seleção desses frequentadores ocorreu a partir da análise da página do Facebook do Al Janhia, identificando alguns frequentadores/usuários que participavam mais ativamente nos comentários, reações, curtidas e emojis.

Assim, elencamos cerca de quinze pessoas e em seguida, passamos a contatá-los através da ferramenta Messenger do Facebook. Poucos retornaram, mas com alguns conseguimos realizar chamadas de vídeo, com outros conversamos apenas por mensagens de texto. Dessas conversas informais, selecionamos alguns relatos, importantes para a compreensão dessas identidades, do espaço Al Janhia, enquanto um espaço local e translocal, capaz de formar redes de solidariedade, coletivos ativistas, memórias, afetos e sentidos outros para o consumo cultural.

Compreender o Al Janhia a partir das identidades fragmentadas de seus frequentadores, os quais compartilham vivências, agenciamentos, memórias e sentidos outros de consumo de um espaço alternativo se faz importante, uma vez, que essas identidades geram um sentido para si próprias fazendo uso do consumo alternativo, o qual gera pertencimento, diz quem são, nas questões ideológicas, ativistas, culturais, sensoriais.

Algumas questões estavam em mente para essas conversas, tais como: quem é o público frequentador? Como é o consumo cultural ativista no espaço? Como se articula consumo e ativismo? O que eles podem falar de atrativo a respeito do Al Janhia? No entanto, não seguimos à risca essas perguntas, pois procuramos captar muito mais um relato espontâneo desses frequentadores do que propriamente direcionar a conversa rigidamente. Optamos por preservar as identidades dessas pessoas, utilizando apenas as iniciais de seus nomes, respeitando a confidencialidade das informações.

O primeiro com quem conversamos foi M., homem branco com cerca de 50 anos, jornalista, radialista e professor universitário. A escolha dele se fez importante, pois em seu relato ele traz a prática do Al Janhia enquanto espaço formador de muitos coletivos. Ele é membro do Bloco do Fuá, bloco de carnaval de rua no bairro do Bixiga, M. relata que antes da pandemia eles ensaiavam em todo o primeiro domingo do mês no Al Janhia, e que o dinheiro do show era revertido 100 % ao Bloco do Fuá.

Após as eleições de 2019, com a vitória de Jair Bolsonaro, M. relata que o bloco do Fuá e demais membros de outros coletivos decidiram criar o coletivo “Bixiga sem medo”, a fim de

realizar a luta política mais efetiva contra os conservadores neofascista, além de inúmeras ações sociais, seja arrecadando e doando alimentos as famílias em situação de vulnerabilidade, até lutando e reivindicando pelo parque do Bixiga contra o projeto do grupo Silvio Santos.

Nesse sentido, M. ainda afirma que o Bloco do Fuá, foi construído para representar as minorias através da dança e da música, suas letras falam a respeito dos periféricos, das desigualdades de gênero e da situação da mulher trans. Assim, o bloco denuncia, protesta e representa esses grupos minoritários a partir de muita diversão, dança e molejo, mas que nem por isso, deixa de ser uma forma de fazer ativismo.

No decorrer de nossa conversa, M. falou algo que nos chamou a atenção: disse que o Al Jannah, assim como o Bloco do Fuá, defende as pautas minoritárias através dos seus shows e demais eventos políticos e culturais, mas que ele sente falta de haver mais mulheres trabalhando na gestão do Al Jannah.

Ficamos surpresos com essa colocação, pois há mais de um ano que conhecemos a o espaço e não havíamos refletido a respeito dessa questão. Não podemos fazer um juízo de valor simplista e afirmar que o Al Jannah se contradiz em suas práticas, porém devemos perceber incongruências, nas quais o espaço também se faz a partir das lutas contra hegemônicas, sejam das questões de gênero, religiosa, de classe, étnica, entre outras. Essas relações se constroem no e pelo espaço, através de negociações, resistência, aceitação ou poder. Em julho de 2021 ao visitar o espaço Al Jannah, pôde-se perceber essas relações: uma funcionária J., brasileira, reclamava da sujeira feita pelos funcionários homens na cozinha, ela falava em alto e bom tom que não iria limpar a sujeira deles só porque era mulher. De fato, ela não limpou e eles tiveram que limpar o local. Esses e outros exemplos cotidianos observados demonstram que apesar do Al Jannah não ter nenhuma mulher na liderança, isso não significa que temos a submissão delas ao público masculino.

Dialogando com Hall (2011, p. 4) a identidade, “tem a ver não tanto com questões “quem nós somos” ou “de onde nós viemos”, mas muito mais com questões “quem nós podemos nos tornar” e como essa representação afeta a forma como nós podemos representar a nós próprios.”. Assim apesar dos discursos históricos, políticos e institucionais condicionarem os indivíduos, as suas diferenciações e fronteiras, estes sujeitos imbuídos das suas subjetividades extrapolam esses ditames, indo além do estabelecido, são capazes de criar e produzir outros modos de estar e perceber o mundo, capazes de promover minimamente os seus sentidos subjetivos e coletivos. Percebe-se também o quanto há de incongruências entre discursos e práticas tantas vezes observados em coletivos e outros grupos ativistas, salientando

que os caminhos para a superação das desigualdades e opressões de gênero (e também de etnia, raça, classe) em suas interseccionalidade ainda é longo e deve ser percorrido.

Para M., enquanto frequentador assíduo do Al Janhia, o público frequentador do espaço não chega a ser composto por uma classe média, pois o preço das comidas e bebidas são baratos. A partir dessa fala, podemos perceber que M. classifica o público a partir do seu poder econômico, uma noção que nos parece incompleta para designar o público frequentador do local. Não apenas o fator econômico e de valor mercadológico delimita os hábitos e práticas de consumo em um lugar como esse, mas também pelo seu valor cultural, assim muitos frequentam o local com a finalidade de frequentar atos políticos, debates, campanhas eleitorais, lançamentos de livros, além é claro de shows musicais e demais eventos culturais. Nesse sentido, acreditamos que o público frequentador é predominantemente formado por camadas médias, jovem e universitária, englobando também frequentadores de diferentes faixas etárias e de diferentes classes, estando presente também a periferia.

A esse respeito L, mulher negra, professora secundarista, 44 anos, moradora da periferia da Grande São Paulo com quem também conversamos, enfatiza que o público frequentador do espaço é composto por uma classe média, formada por pessoas das imediações, com um certo poder aquisitivo e que são grupos que possuem interesses culturais específicos. Ela observa isso a partir dos eventos do Al Janhia, bem como das vestimentas, modo de falar dos frequentadores. L, afirma nunca ter encontrado pessoas da periferia de Osasco no Al Janhia. Ela diz que não frequenta o espaço com a finalidade de ter amizades e demais relacionamentos, inclusive ela afirma que não gosta de conversar com os frequentadores, pois os mesmos são oriundos, segundo ela de uma classe média academicista. Ela enfatiza: “até que ponto esse grupo fica só nas discussões e frequenta a periferia? isso me irrita um pouco; por esse motivo não consigo dialogar com os frequentadores, converso muito com os funcionários.”.

A partir disso, percebemos uma análise crítica acerca das questões de classe, o quanto a periferia se faz representada e presente no Al Janhia e como a classe média estabelece vínculos com a periferia e vice-versa, e como ambas as classes podem frequentar o mesmo espaço e manterem um diálogo. Sobre isso, o DJ Di Função, homem negro, DJ e advogado, morador da periferia, afirma que: “o público do Al Janhia é composto por uma classe média que muitas das vezes não aceita os estilos musicais da periferia; no começo tinha muita resistência do público quando tocava rap ou funk, o público pedia MPB; mas agora é mais tranquilo”. Dj Di Função afirma que teve problemas com um grupo de jovens feministas que não queriam que ele tocasse funk por ferir a imagem das mulheres. Ele afirma que as jovens provavelmente nunca haviam

pisado em uma periferia e que, portanto, não compreendiam essa realidade. Segundo ele, a intenção do funk não é agredir ninguém.

Ainda sobre as relações de classe, bem como negociações e resistências Di Função relata que antes ele tocava apenas na parte de cima do local, enquanto na parte de baixo ficava tocando MPB. Nos últimos três anos, isso mudou; agora ele toca na parte de baixo todos os gêneros e “os incomodados que saiam”. Podemos perceber nisso a resistência do músico, lutando contra os ditames, a estratificação e a segregação das classes e gostos, como também as negociações postas no Al Janhia, quer seja a classe média aceitando a música da periferia, quer seja o músico da periferia aceitando e dialogando com os estilos musicais da classe média.

Todos os dias que estivemos em campo presencial no Al Janhia, a música era tocada apenas no primeiro piso, tocava-se estilos diversos como MPB, rap, funk, rock. Quando Dj Di Função estava comandando a mesa de som, ele discursava a respeito da periferia entre uma música e outra, das situações de desigualdades, como uma forma de protesto e também de reivindicação daquele espaço que também se faz pela periferia.

Em se tratando da questão sobre o público da periferia frequentar o Al Janhia, Di Função afirma que a periferia frequenta o espaço por conta dos coletivos, fora isso a periferia não frequentaria por ser um espaço de classe média e cultura árabe. Assim, a periferia encontra no Al Janhia um espaço para atuação de seus agenciamentos, seja a partir de coletivos vinculados as questões de moradia, dos refugiados, ou das pautas minoritárias. A periferia começa a frequentar o espaço a partir do ativismo e depois se familiariza com os eventos culturais multiétnicos e demais pautas locais. A esse respeito, dialogando com os estudos de Canclini (1999), na cidade do México, o autor pontua que a falta de interesse da classe baixa em exposições de arte, teatro, ópera, cinema, não se dava apenas pela questão de capital intelectual ou cultural, mas também da fidelidade a seus grupos de pertencimentos, sejam eles a família, amigos do bairro, da cidade. Sendo assim, podemos perceber o quanto os sentidos e usos locais acabam se tornando significativos para essas subjetividades.

Sendo um espaço coletivo, o Al Janhia é capaz de aglutinar “estranhos” de diferentes regiões e com diferentes graus de acessos, os quais constroem laços a partir da cultura enquanto recurso (YUDICE, 2004) nas negociações, assimilações, lutas e resistências pelos espaços no próprio Al Janhia, subvertendo as lógicas segregacionistas e promovendo a diversidade e o direito à cidade (AGIER, 2015) por pessoas de diferentes classes sociais, orientação sexual, religião, cor, viés político, entre outros.

Assim, o espaço Al Jannah é entendido como um local acolhedor, familiar, seguro e aconchegante, para a maioria das pessoas com as quais conversamos concordam neste ponto. Segundo S. (mulher branca, enfermeira, 51 anos) o que lhe chamou a atenção no Al Jannah, foi ele ser um ponto de atração que apoia imigrantes e refugiados, além de possuir uma culinária excelente, ambiente agradável e pessoas gentis. Segundo ela, o Al Jannah “tem uma intenção de família”, “ambiente acolhedor para os clientes”. Isso ocorre também na fala da interlocutora L. (mulher negra, 44 anos) o ambiente é agradável e seguro, sendo que antes da pandemia ela havia levado duas amigas e elas gostaram muito. Por fim, o entrevistado A. (homem negro, funcionário público e ativista, 50 anos), afirma:

O público tem uma identificação com o bar, grupos minoritários que são oprimidos pela sociedade se sentem à vontade no Al Jannah, se sentem livres, seja pelas questões raciais, sexo, ou gênero, eles sempre vão encontrar no Al Jannah um espaço de acolhimento de identificação de respeito e de parceria, mesmo aquelas pessoas que não estão organizadas em nenhum grupo. (A.,2021).

A respeito do consumo cultural diversificado do Al Jannah, todos concordam sem exceção sobre a pluralidade étnica ali existente, com shows de diferentes gêneros musicais e expressões de diferentes culturas. Segundo A., a “pauta cultural também atrai muita gente, a resistência aliada à diversão a cultura, a alegria atrai muitas pessoas, é uma pauta cultural de altíssimo nível.”. No trabalho de campo, também pôde-se averiguar essa variedade dos shows e demais atividades culturais, podendo perceber os hibridismos culturais presente no Al Jannah, como algo já afirmado na sua identidade enquanto espaço coletivo, que além de realçar os hibridismos a partir dos shows e demais eventos artísticos, também ressoa pautas locais, por exemplo as eleições para a prefeitura de São Paulo e translocais, como lançamentos de livros sobre a causa palestina e exposições de artistas estrangeiros.

A respeito da questão do ativismo local e translocal no Al Jannah, o entrevistado A., amigo de longa data de Hasan, dono do Al Jannah, afirma que o espaço foi uma construção que associa atividade política, como a causa palestina, com atividades culturais. Assim, antes de surgir o Al Jannah, Hasan realizava festas e reuniões de coletivos em sua própria casa a fim de discutir não só a causa palestina, mas também a respeito dos movimentos de moradia no centro de São Paulo, organização de estudantes, movimento do MST, Passe Livre e muitos outros. Com o tempo, eles tiveram a ideia de fundar o espaço, o qual levaria em sua identidade a pauta ativista já iniciada de anos de militância de Hasan no Movimento Palestina livre (Mopat), na

causa pela palestina, associada às demais pautas de variados coletivos, partidos e acadêmicos. Segundo A., para sua surpresa, em pouco meses o Al Janiah se tornou um bar de sucesso para o público das esquerdas progressistas, se tornando um espaço de confraternização, de diversão, mas também de resistência e de luta não só palestina, mas também dos refugiados, de grupos minoritários e dos movimentos sociais.

Assim, compreender o Al Janiah como um espaço local e translocal capaz de dialogar com diferentes pautas em diferentes territórios, é também compreender este espaço coletivo como sujeito do seu tempo histórico. A esse respeito Canevacci (2009) observou essas mudanças atuais das metrópoles comunicacionais, as quais, com o tempo deixaram de ter apenas um núcleo de formação, trazendo outros sentidos do fazer urbano, abraçando diferentes e múltiplas identidades, territórios e modos de sentir e fazer os espaços urbanos em um coro de muitas vozes, como uma polifonia, a qual não possui mais um centro, mas muitos pontos diferentes.

Junto a isso, associam-se os processos de hibridismo cultural, cada vez mais intensos, fruto de deslocamentos de migrantes, imigrantes e refugiados pelos territórios, associado ainda ao uso das tecnologias que veio corroborar com o aumento da nossa ubiquidade nas cidades. Ou seja, o digital está presente e atrelado aos nossos processos identitários, pois além de gerar interatividade, resulta na possibilidade de vivenciarmos em diferentes espaços ao mesmo tempo, desenvolvendo diferentes modos, identidades e jeitos de agir no urbano, fazendo redes e fluxos da cidade se cruzarem e negociarem sentidos.

A esse respeito, Appadurai (1996) analisa as disjunturas fundamentais entre economia, cultura e política, todas elas relacionadas à globalização. A fim de dar um entendimento a esses novos fluxos e atravessamentos globais e locais, o autor desenvolveu sua teoria apontando cinco principais dimensões de fluxos globais, que são:

- a) *etnopaisagens*, que são os fluxos de pessoas em deslocamento;
- b) *mediapaisagens*, distribuição da capacidade eletrônica para produzir e disseminar informação;
- c) *tecnopaisagem*, que se refere os efeitos tecnológicos na globalização;
- d) *financiopaisagem*, que diz respeito aos mercados de capitais bolsa e empresas, o dinheiro cada vez mais fluído;
- e) *ideopaisagem*, as ideologias políticas ou institucionais em trânsito global.

Todas essas paisagens se relacionando em graus diferentes, pois dependem dos territórios, das questões culturais e econômicas regionais e locais. Assim não existe uma visão homogênea sobre a globalização, mas heterogênea. Hall (2011, p. 72) complementa essa discussão, apontando que nem tudo na globalização é homogeneização, pois apesar de ela existir, seja na produção de mercadorias ou na indústria cultural, também existem as especificidades sociais e culturais de um lugar, tornando outros modos globais. Segundo o autor, “a globalização é muito desigualmente distribuída ao redor do globo, entre regiões e entre diferentes estratos da população dentro das regiões.”.

Ainda sobre a criação do espaço Al Jannah, o Dj Di Função, que também amigo de longa data de Hasan, afirmou que a ideia de criar o Al Jannah surgiu a partir da ocupação Leila Kalled. Essa ocupação abriga refugiados palestinos e demais refugiados de diferentes nacionalidades, bem como brasileiros na área central de São Paulo. Segundo ele, um belo dia eles tiveram a ideia de fundar o espaço, pois eles já faziam eventos com comida árabe, a fim de arrecadar mais recursos para a ocupação e oferecer trabalho para os refugiados, com isso ocorreu a fundação do espaço.

Em conversa realizada com Hasan, dono do Al Jannah, ele corroborava essas informações, destacando que o Al Jannah surgiu em 2016 com o propósito de oferecer emprego para os refugiados da ocupação, além de tratar de temas corriqueiros da sua militância como a causa palestina. Assim, o espaço visava cumprir a princípio esses dois objetivos, acolher e dar oportunidade de trabalho a essas pessoas em situação de vulnerabilidade, além de tratar da militância acerca da causa palestina. Mais tarde, o espaço mais tarde veio a abraçar diversas outras pautas vinculadas às questões locais de coletivos, ativismos e movimentos sociais.

Ainda falando sobre as questões ativistas, é interessante observarmos que o espaço físico do Al Jannah, com diversas bandeiras da Palestina, fotos de guerrilheiros palestinos, grafites de Marielle Franco, imagem de Lula quebrando correntes (no muro de fora), entre outros, ressoam a resistência e a luta diária das pautas locais e translocais. A respeito disso a entrevistada L., afirma que “a estrutura do Al Jannah já é uma instalação artística de resistência, fotos, bandeiras, etc... narrativas históricas; existe uma história narrada.”. Após afirmar isso, ela questionou o quanto as pessoas que frequentam o espaço observam essa narrativa de resistência.

Essa questão nos preocupou, pois em campo, em uma noite de sábado, pôde-se perceber que o Al Jannah havia se transformado em uma balada e que pouco ou quase nada havia de ativismo nisso. Com o tempo e através de leituras, foi possível compreender e entender que o uso dos corpos e da festa também é algo político, pois ao mesmo tempo que reverberam pautas

ativistas, shows de múltiplas identidades étnicas e diaspóricas, o Al Jannah, também é o espaço da diversão, da dança, das paqueras e flertes, dos corpos que se movimenta desprentensiosos, sem que isso deixe de configurar as pautas mais diretamente políticas.

Imagem 29 – Lula livre (muro externo do Al Jannah)



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2020.

Imagem 30 – Palestina Livre (muro externo do Al Jannah)



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2020.

Imagem 31 – Resistência feminina (parede interna do Al Jannah)



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2020.

Imagem 32 – Marielle Franco (muro do quintal do Al Janhia)



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2020.

Imagem 33 – Bandeira Palestina (quintal do Al Janhia)



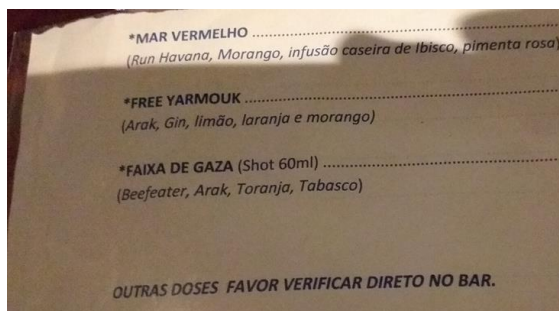
Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2020.

Imagem 34 – Comandas do Al Janhia



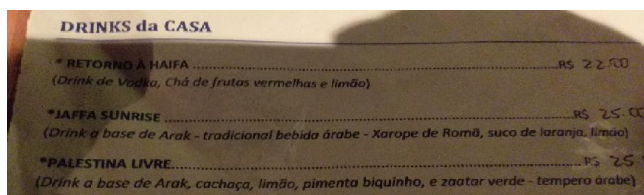
Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2020.

Imagem 35 – Carta de bebidas do Al Janiah



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2020.

Imagem 36 – Carta de bebidas do Al Janiah



Fonte: acervo pessoal de Juliana Conartoli Rodrigues, 2020.

Como bem destacou o entrevistado M., existem três Al Janiah. O primeiro é formado pelo público que o frequenta no início da noite, a fim de acompanhar debates, palestras, lançamentos de livros, o segundo pelo público que o frequenta por conta da gastronomia e da

música ao vivo e o terceiro é aquele que o frequenta após as 21 horas a fim de curtir a balada, a paquera, a dança e o corpo se fazendo e se construindo no e pelo espaço.

Para além dessa visão, temos diferentes públicos frequentadores não apenas pelos horários em um mesmo dia, mas também em dias diferentes da semana. Há o público que frequenta o espaço de terças-feiras a quintas-feiras, para acompanhar eventos, políticos, ativistas, acadêmicos, já o público de sexta, sábado e domingo, é um público mais variado e diversificado, que geralmente não tem o hábito de frequentar o Al Janhia, estão indo para se divertir, namorar, dançar, observar e serem observados. Mas, não se pode deixar de compreender que, embora haja essa clivagem por horários, dias da semana e programação, há também grande parte do público que frequenta todos esses diferentes eventos, propósitos, pautas e dias, dialogando com as questões políticas mais diretamente, com os diversos ativismos e com o componente lúdico, festivo e afetivo-corporal como fazendo parte de uma totalidade encontrada no Al Janhia (PEREIRA, 2017 a).

Sobre o público frequentador e as experiências de consumo mediadas pelo espaço coletivo Al Janhia, podemos dizer que essas identidades fragmentadas formadas por fluxos e atravessamentos, seja por questões locais, globais, econômicas, políticas, culturais, ideológicas, tecnológicas, sociais, subjetivas, coletivas, mudam e performam seus usos através do consumo mediado por questões culturais, ativistas e políticas. Canclini (1999) observa os modos de sentir e consumir na contemporaneidade atrelados aos agenciamentos subjetivos e coletivos, às questões locais, às representações midiáticas e à construção das identidades que se fazem a partir do consumo. Isso vai muito além da posse de um objeto ou experiência, trata-se de um consumo que gera valor para essas identidades, ajudam os indivíduos e grupos a dizerem quem são para si e para os outros, atrelados às subjetividades, aos ativismos, às questões ideológicas locais e globais. Sobre isso, Canclini (1999, p. 90-91) pontua:

O consumo é visto não como a mera posse individual de objetos isolados, mas como apropriação coletiva, em relações de solidariedade e distinção com outros, de bens que proporcionam satisfações biológicas e simbólicas, que servem para enviar e receber mensagens (...). Nós homens intercambiamos objetos para satisfazer necessidades que fixamos culturalmente para integrarmos-nos com os outros e para nos distinguirmos de longe, para realizar desejos e para pensar nossa situação no mundo, para controlar o fluxo errático dos desejos e dar-lhe constância ou segurança em instituições e rituais.

Nesse sentido, o Al Janhia, é um espaço ativista, do hibridismo culturais, das pautas locais e translocais, do emprego para as pessoas em situação de vulnerabilidade, do acolhimento, da diversão, da conscientização, da resistência, das lutas, e também é lugar dos afetos, das sensibilidades e das memórias.

Em conversa com D. (mulher branca e psicóloga, 51 anos), ela ressalta que lembrar do Al Janhia é rememorar a última lembrança que teve do primo ainda em vida, no ano de 2019, em visita à sua casa, seu primo mineiro foi convidado por ela a conhecer o Al Janhia, pois por se tratar de um certo ponto de encontro das esquerdas progressista D. quis proporcionar essa experiência a ele, militante de esquerda. Eles foram em um grupo de dez pessoas e seu primo logo se encantou com o espaço, com a música, as bebidas com nomes de ativistas e a boa culinária. Após esse dia, ele voltou para o seu estado, no ano de 2020 os dois não se encontraram mais devido ao isolamento da pandemia da Covid-19. Em junho de 2021, ele veio a falecer, vítima da Covid-19. Emocionada D., relata que pensar no Al Janhia a faz lembrar de seu primo jovem, ativista, cheio de vida e esperança. Ela também conta que mesmo quando estava doente, ele acompanhava a luta do Al Janhia (através das redes sociais) para manter as portas abertas durante a pandemia. Dias antes de ele falecer, eles conversaram por telefone e prometeram que assim que ele melhorasse, voltariam lá.

Este relato, sensível, subjetivo, afetivo e ao mesmo tempo trágico, revela o quanto o Al Janhia representa uma infinidade de sentidos acerca da experiência de consumo cultural. Entrelaçando-se às subjetividades, sentidos de pertencimento das pessoas, seja a partir das memórias, neste caso vinculada à perda e ao luto, seja a partir das questões culturais ativista ou de diversão.

À guisa de conclusão

Múltiplas identidades ressoam no Al Janhia, assim como ele se configura através de um espaço que transmite múltiplos sentidos para seus frequentadores, músicos, produtores, funcionários e demais pessoas pertencentes ao espaço. Assim, procurou-se compreender o espaço Al Janhia a partir da análise do campo digital e presencial, seja através das postagens da sua página do Facebook, dos vídeos postados, da conversa com os frequentadores/usuários e funcionários, seja através de fontes secundárias, seja através das vivências nos shows, debates, e eventos culturais, observando como ocorre o movimento, fluxo e construção de redes do

espaço a partir de muitos outros, sejam eles subjetivos ou coletivos, de partidos políticos à acadêmico.

Elencamos quatro situações para organizar, narrar e analisar os dados construídos, observados e experimentados ao longo da pesquisa. Cada uma dessas situações que enfocam uma parte do todo, buscando dar conta da dialógica dos encontros e do conhecimento situado produzido pela pesquisadora com os sujeitos e o território analisado.

Assim, procuramos explorar os diferentes espaços digitais e presenciais, as lógicas de consumo ativistas das identidades múltiplas e fragmentadas, como também a trajetória de vida dos funcionários brasileiros e estrangeiros e seu diálogo com o espaço durante a pandemia da Covid-19 (março de 2020 até o presente momento-abril de 2022).

Logo, pudemos observar que práticas festivas não divergem do ativismo, como também os hibridismos culturais, as diferentes identidades presentes, além das diferentes pautas de coletivos, grupos, acadêmicos, músicos, políticos que ressoam no Al Jannah. Além é claro, das negociações entre eles, através de lutas no próprio espaço, seja a partir de questões de classe, religião, gênero, entre outras. Também observamos os sentidos, as memórias e os usos a partir do consumo cultural ativista oferecido pelo espaço aos seus frequentadores e quais são as percepções deles, bem como as memórias e o diálogo com o espaço.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta dissertação teve como foco analisar o bar, restaurante, centro cultural e ativista Al Jannah em tempos de pandemia. Analisamos o Al Jannah a partir da comunicação urbana e dos estudos culturais ingleses e latino-americanos. Observou-se que o Al Jannah está inserido na metrópole comunicacional em uma tríade articulada: comunicação, cultura e consumo, a partir do seu espaço coletivo, translocal e multiterritorial capaz de inverter lógicas do pensar a cidade. Assim, o espaço promove a horizontalidade e a polifonia das vozes, capaz de escutar identidades múltiplas, fragmentadas e diaspóricas. Isso pode ser visto em seus diferentes territórios (digital e material) com diferentes práticas e usos do consumo e do ativismo, seja a partir do simbólico, do sensível, da experiência, do material, da memória e dos sentidos.

Para essa análise, utilizamos o conceito de cultura vista como epicentro que passa a desempenhar na atualidade um papel fundamental na compreensão das questões sociais, econômicas, locais, globais, de grupos e identidades. Nesse viés, é possível utilizar a cultura enquanto recurso que realiza mudanças estruturais quer seja num bairro, em uma cidade ou em um país. Assim, compreendemos que o Al Jannah dialoga com essa perspectiva de cultura enquanto epicentro e enquanto recurso, pois o espaço se faz através dos seus eventos culturais de cunho político e ativista, coadunando muitos movimentos sociais, partidos políticos e coletivos pelo bairro, pela cidade e pelo país.

Desse modo, o espaço utiliza a cultura como recurso capaz de modificar questões sociais, quer seja na área da educação, nas questões sociais, políticas locais ou translocais.

Conseguimos presenciar algumas dessas interlocuções como no evento de lançamento da que arrecadou fundos para o partido, nos lançamentos de livros de acadêmicos brasileiros e/ou estrangeiros e na solidariedade nas campanhas de arrecadação de comida para coletivos do bairro do Bixiga.

Na pesquisa, também, dialogamos com a perspectiva da cultura do consumo a partir de visões contra hegemônicas, capazes de pensar e refletir acerca do “homem ordinário”, bem como as suas especificidades locais ou interseccionais. Observa-se a cultura do consumo numa visão polifônica, isto é, que seja capaz de compreender especificidades de diferentes classes, credos, raças, etnias, gêneros, bem como capazes de ressoar em suas práticas ativistas, comerciais, empreendedoras ou artísticas outros usos de se encarar e compreender o consumo, as culturas urbanas, e as territorialidades. Logo, o Al Janhia se configura nessa perspectiva, reverberando noções mais amplas e arejadas sobre a cultura do consumo, promovendo agenciamentos outros entre brasileiros e estrangeiros, entre ativismos locais e globais, construindo formas e experiências de consumo alternativo, capazes de aglutinar em um único espaço diversos coletivos com pautas relacionadas às questões dos grupos subalternizados em diversas latitudes.

Isso foi possível de ser averiguado na pesquisa de campo, ao observar os usos do Al Janhia a partir de coletivos, acadêmicos, palestrantes, políticos, músicos, ressoando suas diferentes vozes, bem como, as negociações entre eles, que envolviam aceitação, sobreposição e resistência, seja a partir do uso do espaço coletivo Al Janhia ou propagando e reverberando as suas pautas através dos fluxos e redes com demais territórios, sejam eles locais, translocais, presenciais ou digitais.

Também dialogamos com questões acerca da experiência de consumo criada pelo espaço Al Janhia, no seu espaço digital e presencial, o qual dialoga com o hibridismo cultural, as identidades diaspóricas, múltiplas e fragmentadas, fazendo com que o consumo também se torne numa questão ativista, de sentidos, de festivos, de memórias, de trajetórias de vidas e das lutas dos frequentadores, produtores, palestrantes, acadêmicos e funcionários do espaço.

Da mesma forma, pudemos observar que, mesmo em situações difíceis (falta de receita, aluguel e pagamentos aos fornecedores atrasados, devido ao isolamento social que obrigou o espaço a fechar as suas portas), o Al Janhia resistiu e criou formas de reexistência, seja utilizando novas estratégias, como o delivery para comidas, seja contando com a ajuda de amigos e frequentadores nas vaquinhas virtuais e rifas. Mesmo após quase um ano e meio sem eventos, o espaço resistiu até ocorrer a sua reabertura em agosto de 2021 (Dia dos Pais) com a

primeira atração cultural (Samba da Treze). A partir disso, promoveu muitos outros eventos e encontros, seja com publicações de livros, exposições de arte, shows de música, shows de comédia, candidatura de políticos e assim por diante.

Claro que esse tempo de isolamento não foi nada fácil para o Al Jannah conseguir se manter de portas abertas, foi através, da ajuda de muitos frequentadores, como também da persistência de Hasan, dono do espaço, que o lugar sobreviveu aos ditames pandêmicos, resistindo ao vírus como também às políticas neofascistas, lutando através da página do Facebook, do site, ou do espaço físico contra o Neoliberalismo e o descaso da falta de políticas públicas na cidade de São Paulo. Além dessa resistência, o espaço continuava também denunciando questões translocais, como a morte de jornalistas palestinos, ou deflagrando questões locais, por exemplo, evidenciando a falta de liberdade de imprensa no Brasil contra o feminicídio, o imperialismo norte-americano, entre muitas outras pautas, as quais denunciam e protestam em prol das lutas de movimentos sociais e de grupos minorizados.

Vale ressaltar que manter esse ritmo de postagens não foi nada fácil, em nossa pesquisa constatamos que as postagens dos eventos culturais e políticos haviam diminuído na página do Facebook do Al Jannah. Isso ocorreu, pois, os eventos presenciais estavam impedidos de acontecer durante a pandemia, que assolou e isolou o mundo em fevereiro de 2020, através do vírus da Covid-19, e até o presente momento (abril de 2022) ainda continua em curso, porém sem o isolamento social, com vacina e outros protocolos sanitários.

Os tempos pandêmicos foram difíceis tanto para o espaço Al Jannah quanto para nós, que nos mantivemos isolados nos primeiros meses após a descoberta do vírus. Nesse período, tivemos que lidar com a imersão nas telas dos computadores e celulares nas inúmeras atividades, sejam nas escolares, nas atividades acadêmicas, no trabalho e também nos relacionamentos pessoais. Tudo havia se transformado em lives, reuniões no Zoom, Microsoft Team, Google Meet, entre outros aplicativos de reuniões e encontros, acabamos imersos nessas outras formas de lidar com o corpo, com os sentidos e com os sentimentos.

Assim, ficamos afastados de várias pessoas e espaços, ficando isolados em nossas próprias casas, contando apenas com o núcleo familiar. Em decorrência disso, muitos tiveram problemas e transtornos psicológicos, como ansiedade, depressão, fobia do convívio social, seja por conta do isolamento, seja por conta do vírus. Mesmo após a reabertura, hoje (abril de 2022) ainda estamos sofrendo os males do isolamento, quer seja pelas questões de relacionamentos interpessoais, quer seja pela defasagem no aprendizado entre outras questões.

Por causa de todas essas circunstâncias desfavoráveis, essa pesquisa seguiu diferentes rumos, talvez não os melhores, mas os possíveis. A princípio queríamos realizar a pesquisa de inspiração etnográfica no formato presencial, indo até o Al Jannah e acompanhando a sua agenda de eventos, analisando a diversidade destes, os conteúdos, os frequentadores, os funcionários e o espaço como um todo. No entanto, isso não foi possível, devido à pandemia nos vimos impedidos de ir até o espaço, assim a pesquisa seguiu o seu curso analisando de forma on-line a página do Facebook e o site do Al Jannah na busca de compreender o espaço, seja pelo conteúdo postado, seja pelo diálogo de seus frequentadores com a página.

Tal tarefa não foi fácil, em alguns momentos se tornou exaustiva, pois analisar e tabular dados é um trabalho meticuloso, mas, mesmo assim, continuamos e com o tempo desenvolvemos outras formas de perceber a antropologia digital, passando a analisar os vídeos postados, como também a rastrear os usuários/frequentadores da página, para que assim pudéssemos dialogar com eles.

Assim, a pesquisa que começou com a tabulação de dados dos conteúdos postados, também acabou observando e dialogando com os frequentadores em conversas informais através da página do Facebook, conseguimos entrar em contato com vários deles através do Messenger do Facebook. Em alguns casos, foi possível conversar com eles por telefone ou por mensagem, alguns responderam outros inevitavelmente não retornaram o contato. Inclusive, conseguimos conversar com a irmã de Hasan, dono do Al Jannah, que vive na Jordânia, foram enviadas algumas perguntas para ela, por mensagem de texto, no entanto ela não nos retornou.

Nesse sentido, foi a partir da metodologia etnográfica on-line que a pesquisa conseguiu seguir o seu curso com sucesso, pois, foi graças ao Facebook, que conseguimos o contato de Hasan (dono do Al Jannah) e de Billal (gerente do Al Jannah), e que posteriormente nos conhecemos pessoalmente. De certa maneira, o on-line abriu as portas para o presencial, logo quando o espaço reabriu (setembro de 2020), pudemos conhecer o espaço Al Jannah e dialogar com Hasan, e assim começamos a nossa pesquisa presencial.

A pesquisa presencial teve várias idas e vindas para o on-line, devido à pandemia o espaço reabria e fechava as suas portas, pois seguindo os protocolos sanitários e o plano do estado de São Paulo para a diminuição do contágio, dependia da diminuição da taxa de infectados e do número de mortes por Covid-19. Assim realizamos o campo presencial em setembro de 2020 e depois voltamos ao campo presencial em julho de 2021, quando finalmente

o espaço reabriu a sua agenda para os eventos culturais e permanece até o momento (abril de 2022).

Daquele período em diante, ocorreram diversos eventos culturais, como shows de músicas, de comédia, lançamentos de partido, como a UP - Unidade Popular, lançamento de pré-candidaturas, como a de Guilherme Boulos para governador do estado de São Paulo (que acabou não se efetivando), palestras com acadêmicos, artistas estrangeiros, entre outros eventos. Pudemos apreciar e participar de alguns desses eventos, para que assim junto do nosso aporte teórico, bem como da subjetividade da pesquisadora pudéssemos desenvolver a pesquisa.

Apesar de termos “concluído” a pesquisa, compreendemos que muito ainda precisa ser dito sobre o Al Jannah, seja em relação à questão dos funcionários brasileiros e estrangeiros e suas condições de trabalho ou em seu diálogo com o espaço e entre outras questões postas. Trata-se de questões ideológicas das esquerdas progressistas, dos usos dos grupos minorizados, dos usos de coletivos, dos acadêmicos, dos músicos, dos coletivos periféricos, de um espaço que possui visibilidade em outros territórios, pelo Brasil e o mundo. Muito ainda precisa ser estudado e analisado sobre o espaço, temos a consciência que essas “considerações finais” é uma tentativa de compreensão do Al Jannah, mas que o sujeito vai muito além disso.

Assim na busca por compreender o Al Jannah, começamos a analisar este sujeito como um formador de redes entre coletivos e indivíduos, seja através da música, da comida e da bebida árabe, dos cursos e dos eventos culturais. Compreendemos que a sua identidade foi sendo construída ao longo dos cinco anos que está localizado no bairro do Bixiga — uma localidade na cidade de São Paulo com diferentes encontros étnicos.

O Al Jannah pertence e se integra ao bairro do Bixiga, dialogando com múltiplas identidades, locais ou diaspóricas, desde o passado até os dias atuais, em um palimpsesto de muitos encontros históricos, culturais, trajetórias e reconstruções, quer seja da cidade, do bairro ou da vida de milhões de pessoas que compõe esses territórios. Construindo e reconstruindo as suas trajetórias, sejam elas indígenas, portuguesas (como no tempo da fundação da cidade de São Paulo), negras quilombolas (as quais fundaram o bairro do Bixiga), imigrantes italianos, migrantes nordestinos e refugiados de diferentes nacionalidades. Assim, entender o Al Jannah é compreender esses muitos fluxos e redes de pessoas, grupos, territórios, tempos históricos (do passado ao presente), que lutam, negociam, assimilam, reexistem em um contínuo movimento.

Pensar no Al Jannah no bairro do Bixiga em São Paulo, é pensar sobre a coexistência de diferentes modos de ser, a partir das interculturalidades que se articulam em diferentes tempos

históricos, experiências e vivências, lutas e resistências. É pensar a questão urbana muito além da verticalização proposta pelo Estado e pelo sistema capitalista. É pensar a cidade, o bairro e os espaços coletivos a partir da sua polifonia de vozes, capaz de ressoar diferentes falas e pautas. É pensar esses territórios em sua horizontalidade, sendo espaços criados e recriados através dos usos cotidianos construídos a partir das vivências.

Portanto, nessa tentativa de concluir esta pesquisa e esta dissertação, entendemos que analisar o Al Jannah, é pensá-lo enquanto espaço de resistência, o qual resiste aos ditames das políticas neofascistas. É pensar nas pautas dos grupos minoritários, sejam locais ou translocais. É pensar no lugar das negociações que envolvem as questões de classe, gênero, religião, etnia, orientação sexual. É pensar no corpo, que pulsa através do discurso, quer seja da palavra pronunciada ou cantada, quer seja através do movimento a partir da música, da dança. É pensar no riso solto, nos encontros, nas socialidades construídas ali, no choro da emoção ou da luta.

Assim, seja através dos seus espaços digitais ou presenciais, o Al Jannah se faz como lugar dos encontros e do respeito à equidade, ao acolher pessoas de diferentes países, através do emprego, da música, do debate. Assim, o espaço cria um local de convivência livre de assédios, perseguições e de violência, um espaço agradável, confortável, seja para a mulher branca de classe média, ou para a mulher branca da periferia, para negros, brancos, miscigenados, amarelos, independente da sua cor, classe, credo, religião, etnia, essas pessoas têm o mesmo trato e respeito.

Nesse sentido, o Al Jannah parece valorizar e visibilizar o que é mais rico e potente que possa existir nessa diversidade cultural, seja nas discussões políticas, nos eventos culturais ou ativistas, todos necessários. Obviamente, como já relatado acima, isso não significa que não haja embates, ambiguidades e contradições dentro do próprio espaço, seja da periferia lutando por espaço diante dos gostos e da presença das camadas médias, seja da funcionária que luta para ter voz diante dos funcionários homens, pois esta luta se faz no e pelo processo cotidiano no qual o Al Jannah está inserido. Respingam e ressoam em maior ou menor grau, dando visibilidade a várias questões, desigualdades e contradições sociais, culturais e políticas dentro do Al Jannah, mas que por ser um espaço justamente da consciência das pautas minoritárias, este atua na prática, indo contra qualquer forma de discriminação, aversão ou preconceito.

O Al Jannah se configura como um grande catalizador da luta de grupos progressistas e democráticos por uma sociedade mais justa, igualitária, acolhedora, de sentidos múltiplos para diferentes pessoas, em diferentes lugares. Assim é o Al Jannah.

REFERÊNCIAS

ADOLFO ALBÁN, A.; ROSERO, José R. Colonialidad de la naturaleza: ¿imposición tecnológica y usurpación epistémica? Interculturalidad, desarrollo y re-existencia. **Nómadas**, n. 45, p. 27-41, 2016.

ADORNO, Theodor; HORKEHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. São Paulo: Jorge Zahar, 2006.

AGIER, Michel. Do direito à cidade ao fazer-cidade. O antropólogo, a margem e o centro. **Mana**, v. 21, n. 3, p. 483-498, 2015.

AKEL, Gisah Moreira; GÂNDARA, José Manoel Gonçalves; BREA, Jose Antonio Fraiz. Métricas da qualidade da experiência do consumidor de bares e restaurantes: uma revisão comparada. **Revista Rosa dos Ventos**, v. 4, n. III, p. 416-439, 2012.

ALLES, Natália Ledur; COGO, Denise. Ativismos e usos de TICs por mulheres migrantes latino-americanas: o caso do coletivo Equipe de Base Warmis. In: Conferência Brasileira de Mídia Cidadã, XII, 2017. **Anais...** Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2017.

APPADURAI, Arjun. Soberania sem territorialidade: notas para uma geografia pós nacional. **Revista Novos Estudos**, v. 49, p. 39-46, 1997.

APPADURAI, Arjun. **Dimensões culturais da Globalização**: a modernidade sem peias. Lisboa: Teorema, 1996b.

ARAÚJO, Tânia Maria; LUA, Iracema. O trabalho mudou-se para casa: trabalho remoto no contexto da pandemia de COVID-19. **Rev Bras Saude Ocup.**, n. 46, e27, 2021

AZEVEDO, Aroldo. **A cidade de São Paulo**: estudos de geografia urbana. Vol. 1. São Paulo: Cia editora nacional, 1958.

BAITELLO, N. **O animal que parou os relógios**. São Paulo: Annablume, 1997.

BRAS, João Marcelo Flores de Bras; PEREIRA, Simone Luci. Usos da Cultura como Recurso no Bixiga: ativismos e práticas de consumo em diálogo. In: *Comunicon*, VIII, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ESPM, 2021.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. Porto Alegre-RS. Editora Zouk, 2011.

BRUNO, Fernanda. Rastros digitais sob a perspectiva da teoria ator-rede. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 19, n. 3, p. 681-704, 2012.

BYSTRINA, Ivan. **Tópicos de Semiótica da Cultura**. São Paulo: CISC-CENTRO; PUC, 1995

CAIAFA, Janice. Sobre a etnografia e sua relevância para o campo da comunicação. **Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação**, v. 7, n. 14, p. 1-10, 2019.

CAIAFA, Janice. Apresentação ao Dossiê Comunicação urbana. **EcoPós**, v. 20, n. 3. p. 1-9. 2017.

CAIAFA, Janice. Produção Comunicativa e Experiência Urbana. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXVIII, 2005. **Anais...** Rio de Janeiro, 2005.

CAIAFA, Janice. **Jornadas urbanas**: exclusão, trabalho e subjetividade nas viagens de ônibus na cidade do Rio de Janeiro. RJ, Ed. FGV, 2002.

CALDEIRA, Teresa. P. R. **Cidade de muros**: crime, segregação e cidadania em São Paulo. São Paulo: Ed. 34/Edusp, 2000.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Diferentes, desiguais e desconectados**: mapas das interculturalidades. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2009.

CANCLINI, Nestor Garcia. Cidades e cidadãos imaginados pelos meios de comunicação. **Opinião Pública**, Campinas, v. VIII, n. 1, p. 40-53, 2002.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**: em tempos de globalização. São Paulo: Edusp, 2001.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1999.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 1998.

CANEVACCI, Massimo. Constelações ubíquas: Rumo a uma antropologia não antropocêntrica. **Matrizes**, v. 15, n. 1, p. 13-43, 2021.

CANEVACCI, Massimo. Metrôpole comunicacional: arte pública, autorrepresentação, sujeito transurbano. **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, v. 47, n. 1, p. 173-191, 2016.

CANEVACCI, Massimo. Autorrepresentação: Movimentar epistemologias no contexto da cultura digital e da metrôpole comunicacional. **Revista Novos Olhares**, v. 4, n. 1, p. 01-05, 2015.

CANEVACCI, Massimo. A comunicação entre corpos e metrópoles. **Revista Signos Do Consumo**, v. 1, n. 1, p. 8-20, 2009.

CANEVACCI, Massimo. Metrôpole comunicacional. **Revista USP**, São Paulo, n. 63, p. 110-125, 2004.

CARARO, Aryane; SOUZA, Duda Porto. **Valentes**: Histórias de pessoas refugiadas no Brasil. São Paulo-SP: Seguinte, 2020.

CARVALHO, Juliana Ferreira de. Palestina e Israel: memórias em disputa em uma reportagem do jornal Hoje. **Temporalidades – Revista de História**, v. 12, n. 3, p. 01-19, 2021.

CARVALHO, Juliana F.; RODRIGUES, Hila. Diálogos dos conflitos: os aprendizados nas entrevistas jornalísticas a refugiados palestinos. Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo, IX, 2019. **Anais...** Goiás: Universidade Federal de Goiás, 2019.

CARVALHO, Thâmara Talita Carvalho. **Espaços culturais de uso público**: memória e história no centro expandido de São Paulo. 2018. 275 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2018.

CERTAUI, Michel. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1990.

- CLOSS, Lisiane; OLIVEIRA, Sidinei Rocha de. Economia criativa e territórios usados: um debate baseado nas contribuições de Milton Santos. **Cadernos Ebape**, v. 15, p. 349-363, 2017.
- COLVERO, Adriana de Almeida. **A requalificação do centro antigo da cidade de São Paulo: políticas urbanas, planejamento participativo e gestão, no período de 2001-2004**. 2010. 168 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geociências, Unicamp, 2010.
- CRUCES, Francisco (Org.). **Cosmópolis: nuevas maneras de ser urbanos**. Barcelona: Gedisa, 2016.
- DICK, Maria Vicentina de Paula do Amaral. O museu da memória do Bixiga. Entrevista com Armando Puglisi. **Rev. Inst. Est. Bras.**, n. 34, p. 51-58, 1992.
- DOMENES, Rafael Michel; ISSA, Camila. **Casas que derramam – No desassossego criar**. Psicologia e moradia: múltiplos olhares sobre a questão habitacional. **Conselho Regional de Psicologia**, 2019. Disponível em: <https://www.crpasp.org/uploads/impresso/2666/KAJRgcfX-yaQ2VlgYHx8v0FpRFWgXY88.pdf#page=64>. Acesso em: 25 abr. 2022.
- DUISENBERG, Edna Santos. Economia criativa: uma opção de desenvolvimento viável? In: REIS, Ana Carla Fonseca. (Org.). **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. p. 52-74.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.
- FAUSTO, Boris. **História concisa do Brasil**. São Paulo: Edusp; Imprensa Oficial do Estado, 2001.
- FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernidade**. São Paulo: Nobel, 1995.
- FERNANDES, Anna Paula. A hospitalidade e os migrantes nordestinos no Bixiga (São Paulo/SP). **Cadernos CERU**, v. 31, n. 2, p. 01-19, 2020.
- FRAGOSO, Suely Fragoso; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- FREIRE, Gilberto. **Casa-grande e senzala**. São Paulo: Ed. Global, 2006.
- FREIRE FILHO, João. Mídia, consumo cultural e estilo de vida na pós-modernidade. **ECO-PÓS**, v. 6, n. 1, p. 72-97, 2003.
- FRÚGOLI JR., Heitor. Ativismos urbanos em São Paulo. **Caderno CERU**, Salvador, v. 31, n. 82, p. 75-86, 2018.

FRÚGOLI JR., Heitor. **Centralidade em São Paulo**: trajetórias, conflitos e negociações na metrópole. São Paulo: Cortez; Edusp, 2000.

GIMENES, Maria Henriqueta Sperandio Garcia. Bares e casas noturnas: um estudo exploratório sobre consumo e sociabilidade. **Turismo em Análise**, v. 15, n. 1, p. 73-88, 2004.

GOFFMAN, Erving. **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. São Paulo: LTC, 2004.

GOMES, Aura Rejane. **A questão da Palestina e a fundação de Israel**. 2001. 142 f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Universidade de São Paulo, 2001.

GRIJÓ, Wesley Pereira. Etnia, classe e gênero: as telenovelas brasileiras no quilombo urbano da Família Silva. In: RONSINI; Veneza Mayora; COGO, Denise; REPOLL, Jerónimo. (Org.). **Estudos de Recepção Latino-Americanos**: métodos e práticas. Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona, 2014. p. 195-214.

HAESBAERT, Rogério. Da Desterritorialização à Multiterritorialidade. **Boletim Gaúcho de Geografia**, n. 29, p. 11–24, 2003.

HAESBAERT, Rogério. Dos múltiplos territórios à multiterritorialidade. In: Seminário Nacional sobre Múltiplas Territorialidades, Porto Alegre, 2004. **Anais...** Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFRGS; Curso de Geografia da ULBRA; AGB-Porto Alegre, 2004.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

HALL, Stuart. Quem precisa de identidade? In: SILVA, Tadeu T. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 103-133.

HALL, Stuart. Centralidade da cultura: notas sobre as revoluções do nosso tempo. **Educação e realidade**, v. 1, p. 01-32, 1997a.

HALL, Stuart. **Da diáspora**: identidade e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1997b.

HERSCHMANN, Micael; FERNANDES, Cíntia Sanmartin. Comunicação, Música e Territorialidades: repensando a relevância das Cidades Musicais do Rio de Janeiro. **Logos**, v. 23, n. 2, p. 01-458, 2016.

HINE, Christine; PARREIRAS, Carolina; LINS, Beatriz Accioly. A internet 3E: uma internet incorporada, corporificada e cotidiana. **Cadernos de Campo**, vol. 29, no 2, p. e181370-e181370, 2020.

HUBERMAN, Bruno. **Judaização da Palestina Ocupada: Colonização, Desapropriação e Deslocamento em Jerusalém Oriental, Cisjordânia e Faixa de Gaza entre 1967 e 2013**. 200 f. 2014. Dissertação (Mestrado em Relações Internacionais) – Programa San Tiago Dantas de Pós-graduação em Relações Internacionais, UNESP/UNICAMP/PUC-SP, 2014.

JARDIM, Denise Fagundes. Palestinos: as redefinições de fronteiras e cidadania. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 9, n. 19, p. 223-243, 2003.

LATOUR, Bruno. Por uma antropologia do centro. **Mana**, v. 10, n. 2, p. 397-413, 2004.

LARA, Marcos Rodrigues. Jovens Urbanos e o consumo das grifes. In: BORELLI, Silvia H. S.; FILHO, João Freire. **Culturas juvenis no século XXI**. São Paulo: Educ, 2008. p. 133-150.

LIMA, Alesandro Luís Lopes. Vestígios de um quilombo paulistano: uma análise da paisagem arqueológica do bairro do Bixiga. **Argumentos**, v. 17, n. 1, p. 01-25, 2020.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**. Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LUCA, Tania Regina de. **São Paulo no século XX: Segunda Metade**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo; POIESIS, 2011.

MACHADO, Mônica. A teoria da antropologia digital para as humanidades digitais. **Z Cultural. Revista do programa Avançado de cultura Contemporânea**, v. 12, n. 2, p. 01-07, 2017.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. Etnografia como prática e experiência. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 15, n. 32, p. 129-156, jul./dez. 2009.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, vol. 17, p. 11-29, 2002.

MANFRINATO, Helena. Dos quadros de guerra à participação: notas sobre a jornada do refúgio palestino em São Paulo. **Cadernos de Campo**, v. 25, n. 25, p. 421-436, 2016.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Uma aventura epistemológica. **Matrizes**, v. 2, n. 2, p. 143-162, 2009.

MARTÍN-BÁRBERO, Jesus. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1987.

MATOS, Maria Izilda Santos de. **A cidade, a noite e o cronista**: São Paulo e Adoniran Barbosa. São Paulo: EDUSC, 2007.

MIGLIANO, Milene. **Entre a praça e a internet**: outros imaginários políticos possíveis na Praia da Estação. Bahia: Ed. UFRB, 2020.

MILLER, Daniel; HORST, Heather A. O Digital e o Humano: prospecto para uma Antropologia Digital. **Parágrafo**, v. 3, n. 2, p. 91-112, 2015.

MITCHELL, J. Clyde. A dança kalela: aspectos das relações sociais entre africanos urbanizados na Rodésia do Norte. In: FELDMAN-BIANCO, Bela. (Org.) **Antropologia das sociedades contemporâneas**. São Paulo: Editora UNESP, 2010. p. 365-436.

NASCIMENTO, Larissa Ap. Camargo. No Bixiga nem tudo é italiano: relatos de vivência sobre um bairro da região central em São Paulo. In: Seminário Pensando Áfricas e suas diásporas, IV, 2016. **Anais...** Mariana: UFOP, 2016.

PEIRANO, Mariza. **A favor da Etnografia**. Rio de Janeiro. Ed: Relumbe-Dumará, 1995.

PEIRANO, Mariza. Etnografia não é método. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 20, n. 42, p. 377-391, 2014.

PEIRANO, Mariza. Etnografia, ou a teoria vivida. **Ponto Urbe - Revista do núcleo de antropologia urbana da USP**, n. 2, p. 1-11, 2008.

PEIRANO, Mariza. **A favor da etnografia**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995.

PEREIRA, Cláudia; SICILIANO, Tatiana; ROCHA, Everardo. “Consumo de experiência” e “experiência de consumo”: uma discussão conceitual. **Logos**, v. 22, n. 2, p. 01-12, 2015.

PEREIRA, Simone Luci. Circuito de festas de música “alternativa” na área central de São Paulo: cidade, corporalidades, juventude. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 24, n. 2, p. 01-21, 2017a.

PEREIRA, Simone Luci. Música, cosmopolitismos e cidades: experimentações juvenis das migrações em São Paulo. **Revista Interim**, v. 22, n. 1, p. 01-19, 2017b.

PEREIRA, Simone Luci. **Escutas da memória**: os ouvintes das canções da Bossa Nova (Rio de Janeiro, décadas de 1950 e 1960). 393 f. 2004. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2004.

PERREIRA, Simone Luci; AVELAR, Milena Signor. Rede Social Bela Vista: ativismos urbanos, redes e dinâmicas comunicacionais no Bixiga. **Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 19, n. 40, p. 01-23, 2020.

PEREIRA, Simone Luci; BEZERRA, Priscila Miranda. Ocupar, comunicar, habitar: un análisis de la ocupación artística “Ouvidor 63” en el centro de São Paulo. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 20, n. 37, p. 01-12, 2021.

PEREIRA, Simone Luci; PONTES; Vitor. Culturas juvenis, identidades e estilo de vida: sentidos do “alternativo” no Baixo Augusta/São Paulo. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 14, n. 40, p. 111-130, 2017.

PEREIRA, Simone Luci; RETT, Lucimara; BEZERRA, Priscila Miranda. Músicas e sons que ecoam pelas ruas da cidade: o evento Paulista Aberta. **Ecompós**, n. 24, p. 1-22, 2021.

PEREIRA, Simone Luci et al. Apropriações da cidade em práticas musicais juvenis em São Paulo: experiências de uma pesquisa coletiva. In: ALVARADO, Sarah V. et al. (Org.). **Violencias, contra-hegemonías y re(ex)istencias**. Manizales; Buenos Aires: CINDE; CLACSO, 2022. p. 01-20.

POLIVANOV, Beatriz. **Etnografia virtual, netnografia ou apenas etnografia?** Implicações dos conceitos antropologia: Revista Esferas, Ano 2, no 3, 2013.

QUEIROZ, Thiago Augusto Nogueira. Espaço geográfico, território usado e lugar: ensaio sobre o pensamento de Milton Santos. **Para Onde!?**, v. 8, n. 2, p. 154-161, 2014.

REIS, Edson Sá. Judith Butler e Edward Said: crítica da violência de estado e coabitação judaica e palestina. **Occursus**, v. 5, n. 1, p. 358-380, 2020.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2008.

RESTREPO, Eduardo. **Etnografía: alcances, técnicas y éticas**. Lima: Fondo Editorial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos: Ed. Envion, 2016.

ROCHA, Ana Luiza Carvalho; ECKERT, Cornelia. Etnografia: saberes e práticas. In: PINTO, Céli Regina Jardim; GUAZZELLI, César Augusto Barcellos. (Org.). **Ciências Humanas: pesquisa e método**. Porto Alegre: Editora da Universidade, 2008. p. 01-160.

ROCHA, Gilmar. A etnografia como categoria de pensamento na antropologia moderna. **Cadernos de campo**, São Paulo, n. 14/15, p. 1-382, 2006.

- ROCHA, Maria E. M. Consumo traz felicidade? A publicidade no centro da cultura. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 8, n. 23, p. 161-179, 2011.
- ROCHA, Rose de Melo. **Comunicação e consumo**: por uma leitura política dos modos de consumo. São Paulo: Ed: Atlas, 2008.
- ROCHA, Rose de Melo; PEREIRA, Simone Luci. O que consomem os que não consomem? Ativistas, alternativos, engajados. **Intercom**, São Paulo, v. 41, n. 2, p.107-120, mai./ago. 2018.
- ROCHA, Rose; PEREIRA, Simone Luci. Ativismos juvenis como artesanania de uma outra democracia: comunicação, consumo e engajamento político. **Comunicação & Sociedade**, v. 39, n. 3, p. 161-188, set./dez. 2017.
- ROLNIK, Raquel; KLINTOWITZ, Danielle. Mobilidade na cidade de São Paulo. **Estudos avançados**, v. 25, n. 71, p. 01-20, 2011.
- SAID, Edward W. **A questão da Palestina**. São Paulo: Unesp, 2012.
- SANTOS, Maria Beatriz. **Al Janiah**: uma voz palestina em São Paulo. 2019. 72 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Faculdade de Filosofia, Comunicação, Letras e Artes, PUC, 2019.
- SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: EDUSP, 2006.
- SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- SOARES, Aline Gomes. **Integração social de imigrantes e refugiados árabes na cidade de São Paulo**: um estudo de caso do estabelecimento Al Janiah. 2019. 38 f. Trabalho de conclusão (Especialização em Gestão de Projetos Culturais) – Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação, 2019.
- SOUSA, Carla Cristina Silva; BARROS, João de Deus Vieira. Estereótipos étnicos e representações sociais: uma breve incursão teórica. **Revista Educação e Emancipação**, São Luís, v. 5, n. 2, p. 01-26, 2012.
- SOUZA, Jessé. **A tolice da inteligência Brasileira**: ou como o país se deixa manipular pela elite. São Paulo: Leya, 2017.

VARGAS, Diego Vasconcellos. **Memória e silenciamentos no Arcos do Bixiga**. 2019. 158 f. Dissertação (Mestrado em Ciências) Programa de Pós-Graduação em Gestão de Políticas Públicas– Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo. 2019.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Ed. Unesp, 2011.

YUDICE, George. **A conveniência da cultura: usos da cultural na era global**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2004.

ZELAYA, Sílvia. A mobilização de refugiados e suas linguagens. Notas etnográficas sobre um campo de interlocução em transformação. **Cadernos de Campo**, v. 25, n. 25, p. 400-420, 2016.