



CIRCO E O NOVO (CURTO) CIRCUITO

Nicole Prado de Jesus¹

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - UESB (Brasil)
Endereço eletrônico: nicoleprado27@gmail.com

Mary Weinstein²

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - UESB (Brasil)
Endereço eletrônico: maryweinstein@uesb.edu.br

828

Este trabalho trata do circo e do espaço utilizado por ele, que na contemporaneidade está praticamente sendo transposto para a área externa de shopping centers. Revemos motivações e adaptações sofridas pelo espetáculo circense, observando a pasteurização das performances que se aproximam e recontam cada vez mais sobre o produto que aparece na grande mídia, a ponto de pensarmos que o circo está prestes a assumir a ideia de não-lugar concebida para espaços impessoais como aeroportos e shopping centers (AUGÉ, 1994). O espetáculo que sempre foi (cultura) popular apela para o reforço dos shoppings centers nas cidades, abdicando em grande parte da criatividade e de sua capacidade de criar soluções tradicionalmente cristalizadas no imaginário global. Pegamos como exemplo o circo que chega em uma cidade de médio porte, como Vitória da Conquista, no Sudoeste baiano, a 509 km da capital do Estado.

Após a extinção dos espetáculos nos anfiteatros, na Roma Antiga, os artistas circenses migraram para as ruas, praças e passaram a se apresentar onde conseguiam para garantir seu sustento. A prática circense faz parte da sociedade desde a Antiguidade. Seu recurso principal, o corpo, é o próprio instrumento de trabalho. O circo se adapta à diversidade social e cultural do lugar onde se instala, seguindo regras mercadológicas, desde que se apresentava em feiras, e desde que surgiu o circo moderno, fechado e com cobrança de ingressos (BOLOGNESI, 2002).

A arte circense está presente no Brasil. Veio junto com a chegada de Pedro Álvares Cabral, muito provavelmente por meio de Diogo Dias, “artista” que se apresentou dando cambalhotas e saltos ao som da gaita, diante de uma plateia já híbrida formada por portugueses e nativos indígenas, em palco montado na praia no sul da

¹ Estudante do curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia.

² Professora do curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia.



Bahia. Dias exibiu suas capacidades físicas (ANDRADE, 2010) demonstrando a mesma simplicidade do gênero que seria aprimorado e atualizado ao longo dos séculos.

O intuito deste trabalho é produzir registros sobre o armar a lona no asfalto do estacionamento de um shopping e o assistir ao espetáculo em uma área urbanizada e de culto ao consumo de tantos produtos, com fronteiras bem definidas. Registramos essa mudança de hábito na arte circense, que remonta os primórdios da constituição das cidades da Antiguidade e da Modernidade, alcançando a contemporaneidade quando a disputa pela mercadoria foi ampliada, quando tudo está à venda.

Como a maioria das cidades do interior da Bahia e do Brasil, o circo sempre chegou a Vitória da Conquista, cidade de médio porte³, terceira maior do Estado. Lugar onde o primeiro shopping, o Conquista Sul, na avenida Juracy Magalhães, bairro Boa Vista, foi inaugurado em junho de 2006, e o segundo, o Boulevard, na avenida Olívia Flores, bairro Candeias, em abril de 2018. O primeiro ocupa uma área de 52.840 m² e tem 125 espaços comerciais, e mais três salas de cinema da rede Moviecom e estacionamento com 1.050 vagas. O segundo ocupa uma área de 30.000m² e tem espaço para 106 lojas, oferecendo seis salas de cinema Centerplex e 1.961 vagas de estacionamento. O Shopping Conquista Sul está situado em uma vizinhança de casas mais populares e o Boulevard está em um bairro “nobre”.

Em pleno século 21, o estudo sobre o circo pode soar como um paradoxo, mas a sua pertinência se dá porque se integra ao estudo da cultura, dos hábitos e dos desdobramentos que, neste caso, a instalação de shoppings podem ocasionar, sob os mais diversos aspectos, na dinâmica de uma cidade. Se as mídias digitais e a tecnologia estão presentes na rotina das pessoas e podem influenciar no que estas consomem, o circo também, em grande parte, assume o papel de mídia neste “novo” formato, uma vez que também inclui em sua performance a venda implícita de diversos produtos em vez da arte circense *in natura*.

A pesquisa comporta uma abordagem qualitativa, pois, como prevê Minayo (1994, p. 22), “(...) trabalha com o universo dos significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos (...)”. Bibliograficamente, buscamos Augé (1994), Bolognesi (2002), Andrade (2010), Weinstein (2016), Canclini (1994) e De Certeau

³ Para o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE uma cidade de médio porte é constituída por 100.000 a 500.000 habitantes.



(1998). Os procedimentos para coleta dos dados, a pesquisa documental e também bibliográfica, se dá por meio de documentos encontrados no Arquivo Público Municipal. Recorremos a entrevistas com fontes que nos apresentam evidências sobre a migração espacial do circo. A observação do *locus* do objeto de estudo, os indivíduos e o espaço do shopping, a averiguação da dinâmica do lazer relacionado especificamente ao circo, se constituem como foco da pesquisa.

Vitória da Conquista, fundada em 1840, com disputas territoriais que remontam 1752, é o terceiro maior município do Estado, com população de 341.128 habitantes, de acordo com projeções do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) para o ano de 2020, e com área de 3.204,257 km². A cidade vem mudando abruptamente, sofrendo as consequências de uma especulação imobiliária intensa, com subtração e/ou substituição de paisagens. Weinstein (2016) explica que, se na década de 1960 o município servia apenas para pouso nas viagens entre Bahia e estados do Sudeste, atualmente percebe-se o desenvolvimento econômico do Sudoeste baiano, tornando-se Vitória da Conquista um polo para a economia e cultura da região.

Assim, o estacionamento do Shopping Boulevard passa a abrigar a montagem de espetáculos circenses. O Circo Maximus promete entregar em seu espetáculo o que há de mais moderno, vendendo-se como *simplesmente o máximo* nas redes sociais e em seu *site* oficial na internet, onde se encontram detalhes sobre as apresentações e o cronograma que inclui as próximas cidades por onde o circo passará. Contrariamente, em um passado recente, quando a divulgação dos espetáculos era feita estritamente por anúncio em carros de som, em TVs e em jornais impressos, o Circo Di Roma aparece em arquivos de 1990 do Jornal Tribuna do Café, fundado em 1974, que circulou por 25 anos. O Circo Di Roma, em 1990, foi instalado onde hoje se localiza a Praça Dr. Crésio Dantas Alves, bairro Recreio.

Em 2018, a população recebeu a novidade através dos reclames de um *avião sonoro*, feito a partir de uma aeronave no espaço aéreo de Vitória da Conquista, ato registrado pelo Blog do Anderson no dia 1º de novembro de 2018. O mesmo veículo de notícias *on-line*, popular no município, também levou ao conhecimento do público em 2020 o Tirulippa Circo Show, que tinha estabelecido parceria com a equipe do Circo Maximus. Assim, o espetáculo levou o nome do humorista e foi divulgado também por redes sociais de Éverson Silva, o Tirullipa, que atualmente, cerca de dois anos depois da apresentação na cidade, conta com 28,1 milhões de seguidores no *Instagram*.



O Circo Maximus, que disponibiliza a venda dos ingressos de forma on-line, pelo site oficial, e na bilheteria na entrada do espetáculo, conta com efeitos visuais com luzes e grande estrutura. O circo circula pelo Brasil, e no dia 21 de março de 2022, estava estacionado no shopping center Teresina Shopping, no Piauí, na Arena Teresina Shopping, com um locutor para narrar atrações, jogo de luzes, e toda uma estrutura que pesa toneladas e que leva dias para ser montada. O valor dos ingressos, conforme categorias, varia de R\$ 16,27 (adulto e infantil setor lateral), R\$26 a R\$ 28 reais (setor central adulto e infantil) e R\$ 42,47 (adulto e infantil setor camarote).

Em entrevista a esta autora, em 23 de fevereiro de 2022, a representante da Gerência de Posturas Sandra Mara Gusmão disse que a montagem de circo em praças não seria mais viável. A Gerência de Posturas é vinculada à Secretaria Municipal de Serviços Públicos de Vitória da Conquista, setor que, dentre outras atribuições, é responsável pela vistoria e liberação de Alvará de Funcionamento. Segundo Gusmão, as estruturas de circos que chegam à cidade são muito maiores do que podem comportar os espaços das praças e dos terrenos vazios em geral.

Conforme a representante, houve uma recente “valorização” das praças do Município, com revitalizações promovidas, o que, segundo ela, exige a preservação do meio ambiente. Já a área do estacionamento do Shopping preenche a lacuna porque é parte de um estabelecimento voltado para a comercialização do lazer. O shopping, como local fechado, de algum modo restringe a circulação a quem tem recursos para consumir e movimentar o comércio. A ação privada em relação ao patrimônio está regida, assim como em outros âmbitos, pelas necessidades de acumulação econômica e reprodução da força de trabalho (CANCLINI, 1994, p. 115).

A contemporaneidade trouxe às cidades os shoppings centers, espaços de comércio que se apresentam como uma grande caixa fechada que dá acesso a quem está à procura do lazer conscientemente pago. O capital gira em torno de promessas relacionadas ao lazer sem apego ou memória. Lojas, praças de alimentação com opções de *fast-food*, cinema com uma grade repleta de produções internacionais enlatadas e o que há de mais moderno e padronizado, como um pacote igualmente oferecido às cidades que desejam a evolução em investimentos comerciais, se colocam na contramão do circo que se conhecia. Para Certeau (1998), os indivíduos podem interferir para a sustentação ou a ruptura das tecnologias de poder, criando outro lugar, que não o



próprio, num espaço tal, sendo as práticas do cotidiano, as maneiras com que esses indivíduos apropriam-se desse espaço.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A mudança de trajeto do respeitável público em direção a um suposto novo circo denota que o espetáculo agora mais midiático e tecnológico ganhou mesmo um outro tipo de espaço. O local de apresentação reflete essa evolução. O que antes se apresentava como acessível às diversas classes sociais segue um padrão, quase em escala industrial, tendo o capital, na prática, substituído a aura, as memórias e o que havia de afeto na atividade que não era meramente comercial. A perspectiva da influência da inserção do shopping center na transformação do circo como um não-lugar continuará como objeto da nossa pesquisa no grupo Jornalismo, Cidade e Patrimônio Cultural, sediado na Uesb, como uma resistência desconsolada.

832

PALAVRAS-CHAVE: Cultura. Shopping center. Circo. Estacionamento de shopping.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, José Carlos dos Santos. *O teatro no circo brasileiro – estudo de caso: circo-teatro pavilhão Arethuzza*. Tese de doutorado em Artes, USP, São Paulo, 2010.
- AUGÉ, Marc. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas, SP: Papius, 1994.
- BOLOGNESI, Mário Fernando (2002). “O circo ‘civilizado’” In: VI International Congress of the Brazilian Studies Association (Brasa), Atlanta, Geórgia (EUA).
- CANCLINI, N. O Patrimônio cultural e a construção imaginária do nacional. In *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*, no. 23, p. 94 a 115, 1994. Disponível em: <http://www.iphan.gov.br/baixaFcdAnexo.do?id=3200>
- CERTEAU, M. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). *Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade*. 21 ed. Petrópolis: Vozes, 1994.
- WEINSTEIN, Mary. Centro da cidade: questões de demolições e construções. Bahia com história. *Revista Eletrônica da Biblioteca Virtual Consuelo Pondé*. nº4, ago. de 2016. Disponível em: <http://bahiacomhistoria.ba.gov.br/?artigos=803> Acesso em: 13/5/2022.

Realização:



Apoio:

