

O Made in Brasil em Londres Migração e os bens culturais

*Simone Frangella**

Londres tem recebido um fluxo crescente de tendências, estilos e produtos culturais brasileiros, através de dois movimentos que correm em paralelo, embora com pontos de intersecção. Por um lado, há uma diversidade significativa na produção e inovação da cultura brasileira, promovida em parte pela ênfase crescente pelos e para os londrinos de imagens da moda (*trendy*) do Brasil como produto cultural. Por outro lado, há um aumento significativo de imigrantes brasileiros no Reino Unido nesta década, e conseqüentemente uma heterogeneidade nos perfis dos imigrantes e na dinâmica de experiências comerciais e culturais que vêm com eles. Mas qual o papel da migração na circulação desses bens culturais?

A reflexão que se segue busca responder a esta questão,¹ a partir de dados recolhidos e analisados nos últimos quatro anos na capital inglesa. As pesquisas que efetuei envolveram entrevistas com uma variedade de atores sociais que participam da experiência da imigração brasileira na cidade.² Foi feito também um longo período de observação participante, em vários encontros culturais de brasileiros, assim como longos períodos de observação dos espaços públicos.

Não é certo o número de brasileiros em Londres. Órgãos brasileiros oficiais, como a Embaixada ou o Consulado, têm feito estimativas não oficiais. Quando iniciei esta pesquisa, em 2006, a projeção era de 60 mil brasileiros na Grande Londres e em torno de 100 mil no Reino Unido.³ Porém, já naquele momento, o

* Pós-doutoranda no Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, onde iniciou pesquisa sobre imigrantes goianos em Lisboa e integrante do Grupo de Estudos sobre Brasileiros no Reino Unido – GEB.

número certamente era maior, já que não estavam incluídos os imigrantes ilegais ou as pessoas que entram no país com passaporte da União Europeia (na maioria cidadãos italianos, portugueses ou espanhóis). Um estudo sobre os brasileiros em Londres publicado em 2007 indica que instituições brasileiras em Londres estimavam naquele período entre 130 mil a 160 mil brasileiros na capital (EVANS et al., 2007). De qualquer maneira, estes números incertos são confrontados pela visível movimentação e crescimento de serviços, produtos e redes de entretenimento e trabalho envolvendo brasileiros na cidade. Reforçando esta sensação, em 2006, a mídia britânica incluiu o Brasil como uma das populações que compunha os “novos londrinos”.⁴

Embora tenha havido um fluxo de imigração brasileira desde os anos 1980, o mesmo foi notadamente modesto até 2000 (VALENTIM, 2005).⁵ Este fluxo era composto na maioria por estudantes ou profissionais liberais. Brasileiros com este perfil, ainda bem presente hoje na capital inglesa, têm interesse em aperfeiçoar o inglês, ou se especializar em sua profissão, e também em circular um tempo na Europa. Têm permissão para trabalhar meio período e complementam, em geral, sua renda com bolsas de estudo ou auxílio dos pais. É um segmento associado à “classe média” brasileira, ainda que seja bem heterogêneo em termos de idade, formas de sociabilidade e experiências culturais. Seu principal objetivo é aproveitar o *frisson* da cidade, e geralmente sua estadia em Londres é curta, cerca de dois anos, ou ainda, alternada com longos períodos no Brasil.

A grande virada da emigração brasileira para o Reino Unido aconteceu em 2001. Após o aumento de restrições para imigração nos EUA, o interesse em oportunidades econômicas foi redirecionado para o Reino Unido. Embora não haja dados ou relatórios oficiais que registrem este momento, ele é referido por muitos dos entrevistados da presente pesquisa, brasileiros residentes em Londres por mais de 10 ou 20 anos que, em suas narrativas, marcam a visibilidade concreta do crescimento migratório a partir daquele ano, seja pela presença maciça de brasileiros em ônibus e em lugares de trabalho, ou pela facilidade crescente de se encontrar produtos brasileiros, por exemplo.

Essa mudança trouxe a categoria dos *migrant workers*, mais numerosa. São pessoas vindas de diferentes partes do Brasil por razões prioritariamente econômicas. Têm como objetivo ganhar dinheiro para auxiliar a família no Brasil ou poupar dinheiro para retornar ao lugar de origem com melhores condições econômicas. Em geral não são fluentes em inglês e quando chegam a Londres possuem, em sua maioria, trabalhos não qualificados. Estes trabalhadores migrantes se beneficiam de uma forte rede de amigos da mesma cidade de origem e familiares que podem oferecer indicações de trabalho quando chegam. Para conseguir ganhar dinheiro, a estadia no Reino Unido tende a ser mais longa, de três a cinco anos, no mínimo.

Como resultado destas transformações, Londres recebe uma diversidade de pessoas, e aqui apenas indiquei muito brevemente dois perfis analíticos, esquemáticos, para melhor visualização. Estes dois retratos indicam as diferenças

em *status* socioeconômico e trajetórias de migração, e tendem a indicar diferentes estilos de vida e objetivos, critérios relevantes para se pensar a produção cultural. Porém, há interseções entre eles, tal como a adaptação no país novo, onde estudantes e migrantes trabalhadores seguem os mesmos passos iniciais. Muitos deles entram como turistas ou estudantes e após o visto expirar permanecem na cidade ilegalmente, trabalhando. No geral, estas categorias tendem a compartilhar de início o mesmo tipo de trabalho, no setor de serviços: restaurantes e bares, faxina, babás, entrega de produtos em domicílio, cuidados de beleza. Os que podem ficar no país e trabalhar também expandem suas atividades para serviços de construção civil, trabalham como eletricitas, transportadores; abrem lojas e restaurantes; ou tornam-se produtores de música e shows.

Assim, na última década, a presença de brasileiros no Reino Unido – e particularmente em Londres tornou-se substancial. O aumento deste fluxo trouxe toda uma rede de serviços, bens e cursos para auxiliar na chegada e na adaptação dos recém-chegados. Também gerou muitos tipos de negócios lucrativos, como as empresas que enviam dinheiro ao Brasil, restaurantes, lojas brasileiras, *clubs*, serviços de aquisição de cidadania europeia, salões de beleza, etc. Estes negócios podem ser gerenciados ou pertencentes a brasileiros, embora haja um número significativo de estabelecimentos cujos donos são britânicos associados, de alguma forma, à cultura brasileira, e que empregam brasileiros.

Entretanto, apesar da circulação intensa de serviços e bens culturais, a organização civil e política deste imigrantes é ainda muito incipiente. Embora tenha se tornado mais forte, o autorreconhecimento como uma “comunidade” é bastante recente e tem relação mais com um marco simbólico de singularidade em contraste com britânicos e outros imigrantes do que em relação às formas estruturantes, que estão emergindo lentamente. Desde 2001, o Consulado tem promovido reuniões com brasileiros que têm se engajado ativamente na organização e apoio à comunidade. A iniciativa do Consulado – chamada Conselho de Cidadãos – foi um ponto de partida para discutir as questões relativas aos imigrantes brasileiros.⁶ Em 2003, um fórum de debate, Diálogo Brasil, foi criado, uma iniciativa mista de cidadãos brasileiros e Embaixada com propósito similar ao do Conselho, mas em posição mais informal e aberto para um público mais abrangente. E, por fim, em 2006, foi estruturado um serviço de assistência a cidadãos brasileiros em Londres, a ABRAS, reforçando assim a necessidade de olhar para a imigração brasileira como uma questão política e social no Reino Unido.

A descrição desta dinâmica de rede revela uma coletividade em movimento crescente no Reino Unido. Porém, se é verdade que os brasileiros começam a se perceber como uma coletividade, sua visibilidade em relação a outras coletividades que compõem o universo “multicultural” de Londres é bem mais diluída. Os brasileiros são um grupo imigrante reconhecido há pouco; não fazem parte das nações que pertencem à Commonwealth, os quais recebem atenção especial no que diz respeito a políticas de integração. Não produzem identificação política ou religiosa evidente. O número de imigrantes em condições ilegais é muito alto,⁷

obscurecendo a identificação requerida para a atenção de políticas públicas (saúde, educação, entre outros) e tornando a exploração do trabalho e outras condições de vida social mais difíceis.

Acima de tudo, os brasileiros não são vistos como uma população etnicamente decifrável, particularmente no que diz respeito à aparência física (mas não apenas), em uma cidade atravessada cotidianamente por discursos e confrontos étnicos. A trágica morte do eletricitista brasileiro Jean Charles de Menezes por policiais britânicos, após ter sido identificado por engano como um terrorista suicida no sul de Londres em 2005, levantou estas questões. Todo o processo que cercou o acontecimento e as justificativas da polícia para evitar sua própria condenação trouxeram muitas manifestações contra a execução, envolvendo crítica das ações policiais, mas também controvérsias sobre a política “multicultural” britânica. E, finalmente, criticou-se o pequeno número de participantes brasileiros em protesto contra as ações do governo britânico.

Mas, por outro lado, foi também este episódio que trouxe a necessidade de se falar de um sentido de comunidade e se iniciar um processo de autoproclamação de uma “identidade”. Então, em suma, temos uma comunidade em estado de formação, ao longo de uma década, na cidade de Londres. Sua presença começa a se fazer notada, mas com muitas lacunas. Entretanto, estes vazios contrastam com a consolidação de imagens e bens culturais sobre o Brasil na capital londrina, como veremos.

Práticas e representações culturais em movimento

A visibilidade do Brasil transforma-se de forma notável quando o foco muda para a cultura. No mesmo ano da morte de Jean Charles, em 2005, a Paraíso Samba School, uma das três escolas de samba em Londres, ganhou o desfile do Carnaval de *Notting Hill*, um evento vivenciado na sua ampla maioria por grupos britânicos de ascendência caribenha ou africana, e um dos acontecimentos mais importantes do verão londrino. Embora as escolas de samba já fossem apreciadas nos eventos anteriores, o prêmio daquele ano foi uma marca de consagração da presença do Carnaval brasileiro no Reino Unido. Este fato é indicador da extensão de representações e imagens brasileiras pela cidade. Elas se constroem a partir do entrecruzamento de dois movimentos: um interno à incipiente comunidade brasileira e outro na fronteira entre esta e os fluxos globais de consumo de bens culturais.

Um imaginário sobre o Brasil tem suas fontes na circulação de bens em uma dimensão transnacional de significados e de objetos materiais em que estes são rearticulados continuamente (APPADURAI, 1994). Este movimento inclui estereótipos nacionais, mas também inovações ou possibilidades culturais em criação, ambos presentes na dinâmica da metrópole inglesa.

As relações políticas brasileiras no plano internacional e as recentes imagens apresentadas na mídia mundial tendem a iluminar mudanças no país. Há ainda

o apelo relativamente exótico do país que contribui para o crescimento de tais interesses e investimento na comercialização de imagens e produtos culturais. Mas outras referências do Brasil têm sido incorporadas neste imaginário, as quais emergiram com a presença concreta – e diversa – de brasileiros e suas expressões. Todos estes aspectos contribuíram para criar uma diversidade de imagens desta cultura e de suas formas de experiência e consumo.

Ao longo dos anos 1980 e 1990 a cultura brasileira em Londres se traduzia em eventos esporádicos, produzidos e divulgados principalmente pelo *Brazilian Contemporary Arts* (BCA) – uma referência importante para eventos culturais, dirigida inicialmente para um público inglês, mais restrito, interessado em cultura brasileira – e pela Embaixada Brasileira. O BCA trouxe à tona no cenário inglês nomes como, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Gal Costa, Jorge Amado, Alceu Valença, Grupo Corpo, entre outros. Ainda assim, apenas alguns gêneros culturais brasileiros eram trazidos a Londres.⁸ Fora deste circuito performativo mais seletivo, os brasileiros compartilhavam espaços de sociabilidade com outros imigrantes latino-americanos em *clubs* de salsa e lambada.

Já a partir de 2000, muitos marcos colocam o Brasil em perspectiva. Eventos proeminentes projetaram imagens sobre o país em lugares centrais de referência em Londres. Alguns foram iniciativa da Embaixada Brasileira, em parceria com algumas organizações também brasileiras. Outros foram criados por empresários londrinos. Em 2000, para a celebração dos 500 anos do “Descobrimento do Brasil”, um extenso programa foi promovido pela Embaixada no centro cultural *Barbican* e no *Royal Albert Hall*. Em 2003, houve a inauguração de uma Galeria Pavilhão projetada por Oscar Niyemer e erguida temporariamente no *Hyde Park*. Ainda no mesmo ano, o filme *Cidade de Deus* foi lançado nos cinemas comerciais de Londres, dando início a uma série de divulgações de filmes brasileiros em circuito comercial.⁹ O filme foi divulgado com uma publicidade notável nas estações de metrô e em *outdoors* pela cidade.

Na primavera de 2004, a *Selfridges*, famosa e sofisticada loja de departamentos, localizada na rua comercial mais famosa de Londres (*Oxford Street*) promoveu um mês dedicado ao Brasil, intitulado *Brazil 40 degrees*. Depois de consultar artistas, arquitetos, músicos brasileiros e promotores da BCA, a loja montou um ambiente baseado em imagens e bens culturais brasileiros. As vitrines mostravam a “temática brasileira”, elementos associados à vida cotidiana do Brasil, paisagens do Rio de Janeiro e ícones da cultura religiosa popular. Uma escola de samba de Londres fez performances próximo às escadas rolantes. Em meio a essas apresentações vendiam-se acessórios, comida, CDs, roupas e sandálias. No estacionamento, acontecia um festival de cinema brasileiro. O evento da *Selfridges* – uma mistura de cultura e comércio – criou um forte interesse do público no imaginário de Brasil ali composto.¹⁰ Foi considerado, pela maioria dos meus entrevistados, um ponto de virada na visibilidade do país na capital inglesa.

Ainda em 2004, a Embaixada promoveu o Festival *Brazil Mayfair*, com filmes, comida, exposições e shows. Em 2005, como mencionado antes, a Paraíso Samba

School foi campeã do carnaval londrino. Em 2006, o centro cultural *Barbican* promoveu a exibição do “Movimento Tropicália” trazendo filmes, shows, pinturas, arquitetura e trabalhos de arte não apenas dos tropicalistas, mas também de novas leituras deste movimento cultural (como o grupo *AfroReggae*, por exemplo). Ainda no mesmo ano houve uma grande quantidade de trabalhos de publicidade em torno da Copa do Mundo e dos jogadores brasileiros. Uma empresa de material esportivo promoveu uma campanha em sua loja, localizada na *Oxford Circus*, um dos cruzamentos comerciais mais importantes da cidade. A caipirinha, por sua vez, desde 2004, tornou-se um dos *drinks* mais consumidos em *clubs* e a exportação da cachaça se multiplicou.¹¹ Por fim, uma cervejaria adentrou o mercado europeu, utilizando uma publicidade de alta qualidade, com base em trabalhos de grafiteiros brasileiros expostos nos *outdoors* e ônibus de Londres.

Brasil tornou-se, assim, “da moda”, provocando muitos interesses culturais e financeiros. A atração pela figura “alegre” brasileira e sua fonte potencial de lucro encorajaram muitos europeus a investir em lugares de música, dança e comida na cidade. Chinelos brasileiros tornaram-se “os sapatos” do verão. A música brasileira é tocada em lojas, filmes e é reconhecida de maneira mais ampla. Os artistas brasileiros residentes no Brasil ou em Londres atuam ou exibem sua arte em locais sofisticados da cidade e seu público vai além do grupo restrito que geralmente apreciava estes gêneros nas décadas anteriores. Peças teatrais brasileiras têm sido também apreciadas e são interpretadas por grupos ingleses e brasileiros. Nesta dinâmica, portanto, imagens propagadas remetem às “tradições” e às “inovações” da cultura brasileira e tornam-se signos, representações veiculadas e vivenciadas no espaço da cidade, agregando-se ao intenso fluxo de referenciais multiculturais que a caracterizam.

O início de 2000 também inaugurou outra realidade. A presença de imigrantes brasileiros e de suas necessidades contribuiu na intensificação das importações comerciais, o que se torna evidente no aumento dos bens culturais que passaram a circular na cidade. Por um lado, com a expansão da comunidade, a entrada de muitas atividades e produtos foi facilitada para aliviar a “saudade” brasileira. DJs e músicos trouxeram forró, música sertaneja, pagode, samba e outros estilos musicais voltados ao entretenimento para os imigrantes. Junto com a arte veio a comida: rodízio, feijoada, farinha de mandioca, pão de queijo, guaraná, etc. Em bares pequenos, restaurantes por quilo, grandes churrascarias, espalhados pela cidade. Roupas, biquínis, sapatos entraram timidamente no circuito.

A demanda crescente da comunidade imigrante se entrelaça com a intensificação de bens culturais brasileiros, promovida nas redes mais globalizadas do fluxo de bens culturais. Há um fluxo constante entre essa alimentação “cultural” interna à comunidade e as suas fronteiras com outras nacionalidades na cidade. Artistas brasileiros residentes (fotógrafos, dançarinos, pintores), buscaram reconhecimento e trabalho em espaços dentro e fora das comunidades. Muitos destes eventos e produtos são constantemente compartilhados entre imigrantes portugueses, albaneses, colombianos, dentre outros. Os brasileiros

também começaram a trabalhar no campo do entretenimento, como ocorre em contextos migratórios de outros países (MARGOLIS, 1993; MACHADO, 2004), tanto dentro dos estabelecimentos voltados para clientes brasileiros, quanto para os lugares de sociabilidade “brasileira” direcionados para o público londrino mais generalizado.

Se a vivência da cultura brasileira ajudou na própria organização e união da comunidade, também rearticulou diferenças. Imigrantes dividem-se entre os que reiteram as mais recentes imagens sobre o Brasil – como, por exemplo, a esteticização da pobreza, notável em filmes como *Cidade de Deus*, que é estendida para grafite e decoração de bares – e os que a recusam como um retrato do país de origem. Com o tempo de estadia, as diferenças regionais, de idade, estilo de vida e rede de contatos acabam por criar experiências diversas de brasileiros em Londres, o que implica em uma diversidade também na seleção das representações a se utilizar.

Neste contexto, há um reforço de traços associados à identidade nacional marcados como estratégia social e econômica, também como ocorre em outros países (MACHADO, 2004). Neste sentido, mulheres e homens valorizam imagens e comportamentos associados ao Brasil, reforçando determinados estereótipos. No entanto, são inúmeras as possibilidades culturais na cidade que permitem aos brasileiros renovar ou transformar estas estratégias, abrangendo as variadas perspectivas de Brasil, do alegre ao resiliente, do sensual, do trabalhador, do indistinto, do branco, do negro, tornando esse universo mais complexo.

Os meios de comunicação de produção majoritariamente brasileira expressam de forma significativa este universo cultural em Londres; têm sido nas duas últimas décadas o mais importante instrumento de organização dos brasileiros no país de chegada. Há as revistas, distribuídas gratuitamente, e fundamentais para expressar o universo descrito acima. Poderiam ser classificadas como “community magazines”, direcionadas prioritariamente à comunidade imigrante, as quais são: revista Leros, a Jungle Drums, a Brasiletc, a Brasilnet, Revista Record (da TV Record), a Verbo, a Brazilian Arts e jornais como Brazilian News.

O crescimento destes veículos de comunicação evidenciou o crescimento desta comunidade e a necessidade de circular informações que atualizassem acontecimentos da terra de origem, que adensassem as redes constituídas no processo migratório, e também que se “re-editasse” o Brasil na capital britânica, com as novas imagens e a atualização de representações nacionais e culturais que estão em trânsito. Consequentemente, também ajudam na promoção de mercadorias e de serviços oferecidos pelo Brasil, aumentando a circulação interna destes produtos na comunidade.

Algumas são edições patrocinadas por igrejas, católica e neo-pentecostais. Outras dependem de pagamento de anúncios, e a maioria tem patrocínio de empresas brasileiras na cidade, como os *money transfers*, por exemplo. Há também uma publicação editada e distribuída para brasileiros em outros países da Europa, tais como Bélgica, Irlanda, Alemanha, Espanha, Itália. Ela indica os esforços

midiáticos para ampliar a ideia de comunidade entre os brasileiros na Europa.

Na perspectiva desta análise, duas revistas se destacam pelo papel que têm na dinâmica de circulação dos bens culturais. Até o início desta década a única revista disponível era a *Leros*, editada desde 1991 e ainda em circulação. Publicada mensalmente e apenas em português, ela traz notícias do Brasil e de brasileiros em Londres, e também oferece em suas páginas de publicidade serviços e eventos feitos pró e para brasileiros na cidade.

A revista é a principal referência para os imigrantes que chegam no país, já que provê uma série de informações que auxiliam o recém-chegado a localizar serviços e eventos para brasileiros: aluguel de quartos, serviços de estética, informática, transporte, eventos religiosos, etc. O editor foi também participante de iniciativas de organização social descritas anteriormente – participou do Conselho de Cidadãos e do Diálogo Brasil. Ao analisar a edição percebemos um direcionamento específico na informação sobre e para a comunidade brasileira em Londres. Neste sentido, a *Leros* remete a este crescimento gradual dos serviços e bens econômicos, das redes de organização civil, dos dramas da chegada ao país, e da confrontação de valores, representações e práticas do imigrante com os múltiplos referenciais culturais da cidade.

A segunda revista em questão se intitula *Jungle Drums*. Esta trata mais da disseminação das manifestações culturais brasileiras no Reino Unido, particularmente em Londres. É também publicada mensalmente, mas em edição bilingue e, por isso direcionada também para o público inglês. Recentemente, os editores da revista se juntaram a produtores culturais e, em alguns momentos, à Embaixada, para promover eventos culturais de grande escala, tais como festivais (por exemplo, feiras e shows em Southbank, uma área muito popular de entretenimento e eventos culturais na capital) ou shows com grandes cantores do Brasil (Trio Mocotó, Seu Jorge, entre outros).

O objetivo da revista é mais limitado, no que diz respeito ao fornecimento de informações que ajudem os brasileiros a se adaptar no país, uma vez que as matérias se voltam, sobretudo, para mostrar o Brasil. Neste sentido, possui um papel menos central para as redes migratórias dentro da comunidade. No entanto, é um veículo que permite um fluxo maior dos bens culturais nas relações da comunidade com suas fronteiras identitárias e sociais. Tem, portanto um importante papel na circulação das imagens sobre cultura brasileira.

Conclusão

Entendido nesta análise como um conjunto de fluxos transnacionais de eventos, bens, imagens e discursos, a cultura brasileira em Londres articula duas dinâmicas. Na primeira dinâmica, ela é celebrada e vivenciada muito além da comunidade em si. O Brasil se torna visível através da diversidade de referências culturais, não necessariamente fornecidas ou desfrutadas por brasileiros. Algumas das manifestações culturais são produzidas para responder a demandas da

comunidade. Outras, no entanto, são eventos promovidos em ambientes londrinos relacionados com imagens midiáticas, comerciais associadas ao Brasil, tais como exótico, o “não ocidental”, grande diversidade, o que não é de grande interesse dos imigrantes. Grande parte da comunidade, além de considerar tais eventos muito caros, também não se sentem necessariamente representados nas tendências culturais mais alternativas àquelas vivenciadas dentro da comunidade, em termos de música e arte, que são acolhidas na diversidade de *clubs* e bares londrinos.

Na segunda dinâmica, o que observamos é que a cultura se torna o campo por excelência no qual as relações entre londrinos e residentes brasileiros parecem ser construídas de forma mais visível. Esses brasileiros, que já se encontram enraizados na cidade, procuram estender o acesso à cultura brasileira ao londrino, criando, por exemplo, revistas bilingues e outros mecanismos, que alcancem o público não falante de português. Assim, o campo cultural alimenta e é alimentado por brasileiros que moram aqui, mas não é direcionado especificamente a eles. A permanência e as atividades dos brasileiros neste campo, que procura expandir a cultura brasileira para além das fronteiras do próprio brasileiro, pode acabar por tecer relações e confrontações de trabalho e sociabilidade na cidade.

Neste sentido, as imagens são constantemente alimentadas pelas práticas culturais disseminadas por brasileiros e não brasileiros, e pelas opções de trabalho e sociabilidade dos imigrantes, e são um ponto importante de intersecção e inserção dos brasileiros na cidade e estabelecimento de uma “comunidade”. Por outro lado, as imagens projetadas sobre a nação nesta dinâmica de circulação de bens culturais brasileiros obedece a uma circulação transnacional de consumo e sendo assim, extrapolam a prática dos sujeitos que migram, sem no entanto se descolar deles. Por fim, esta circulação coloca constantemente o imigrante brasileiro em confronto com representações identitárias, as quais contestam ou assimilam, em um movimento constante que é parte constituinte de sua ideia de comunidade.

Notas

1 - A análise que apresento aqui parte de duas pesquisas que realizei em Londres. A primeira foi junto ao Departamento de Estudos Portugueses e Brasileiros do King’s College London, entre 2006 e 2007, na qual focalizei a produção cultural sobre o Brasil em Londres. Em seguida, iniciei outra pesquisa, junto à Goldsmiths College, sobre migração brasileira na cidade, tendo durado de 2007 a 2009.

2 - Foram feitas entrevistas com instituições que representam ou auxiliam a comunidade brasileira, como o Setor Cultural da Embaixada Brasileira, e o Brazilian Contemporary Arts; editores das revistas brasileiras em Londres; professores de dança – capoeira; donos de bares de cultura brasileira, e brasileiros residentes na cidade há muito e pouco tempo. A maior parte das entrevistas enfocava a questão da produção cultural brasileira e as práticas e percepções das pessoas em relação a este domínio.

3 - Este número foi sugerido por membros da Embaixada entrevistados por mim em 2006, e que trabalhavam na Seção Cultural, Felipe Fortuna e Amelia Maria Fernandes Alves, sendo que esta também trabalhava em outras iniciativas civis da comunidade brasileira em Londres.

4 - *The New Londoners – Foreign-born population increases 7% in 9 years, London Lite*, 13

vember 2006.

5 - Valentim chama a atenção em sua dissertação para um movimento e migração da América Latina para o Reino Unido desde 1970. Durante este período, muitos exilados políticos vieram para Londres, como foi evidente no caso do Brasil. No entanto, o fluxo desta época era bem baixo e, além dos exilados, havia os que queriam fazer viagens aventureiras pela Europa.

6 - O Conselho de Cidadãos foi uma iniciativa do Segundo mandato do então presidente Fernando Henrique Cardoso. Foram convidadas pessoas que se tornaram populares nos circuitos de sociabilidade de brasileiros em Londres, por conta de suas atividades sociais ou culturais.

7 - Essa é uma percepção recorrente quando se discute a comunidade crescente de brasileiros em Londres. A dificuldade em contar o número dos imigrantes brasileiros se deve muito ao fato de que nem os irregulares, nem os que possuem passaporte europeu são passíveis de controle pela Imigração Inglesa.

8 - Os critérios do BCA e da Seção Cultural da Embaixada eram restritos ao selecionar os eventos, com a intenção de divulgar a cultura brasileira com artistas e músicos renomados, que teriam ampla aceitação por parte da mídia brasileira e de qualidade distante da cultura de massa, não contemplada naquele momento. (Entrevistas com Felipe Fortuna, *Brazilian Embassy in London*, 20/06/06, e Edna Crepaldi, *BCA*, 22/04/06).

9 - Filmes como *Cidade Baixa* e *Carandiru*, por exemplo.

10 - Informação obtida através da pessoa responsável pelo setor de Relações Públicas da Selfridges, por mim entrevistada, e também confirmada em entrevistas com pessoas ligadas à produção de eventos culturais.

11- Entrevista com o empresário e proprietário do Bar Guanabara.

Referências

- APPADURAI, A. Disjunção e diferença na economia cultural global. In: FEATHERSTONE, M. (Org.). *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- EVANS, Y. et al. *Brazilians in London: a report for the Strangers into Citizens Campaign*. Department of Geography, Queen Mary, University of London, 2007.
- MACHADO, I. R. Estado-Nação, identidade para o mercado e representações de nação. *Revista de antropologia*. São Paulo: USP, v. 47, nº 1, 2004.
- MARGOLIS, M. *Little Brazil – Imigrantes brasileiros em Nova York*. São Paulo: Papirus, 1993.
- VALENTIM, M. *L'immigration latino-américaine, et plus particulièrement brésilienne, à Londres des années 1970 à nos jours*. Mémoire de MAITRISE. Université Sorbonne-Paris IV, sep. 2005.

RESUMO

O presente artigo descreve brevemente o crescimento da circulação de imagens e bens culturais brasileiros pela cidade de Londres, e a relação deste crescimento com a imigração brasileira emergente na última década. A partir de 2000, houve um aumento de estilos, tendências e produtos culturais sobre o Brasil que deram maior visibilidade ao país e permitiram a emergência de novos produtos culturais. A imigração brasileira crescente auxiliou no fomento transnacional destas imagens, e estas, ao mesmo tempo em que tiveram peso nas vivências dos brasileiros na capital inglesa, também colocaram o imigrante em constantes processos de renovação identitária.

Palavras-chave: imigrantes brasileiros; bens culturais; Londres.

ABSTRACT

This article describes briefly the growth of the circulation of Brazilian images and cultural goods in London, and the relation between this intensification and Brazilian immigration in this last decade. From 2000 there were an increase of cultural styles, trends and goods about Brazil, which gave more visibility about the country and allowed the emergence of new cultural products. Brazilian immigration helped in the transnational increment of such images, and they influenced experience of Brazilians at the same time that put them in constant process of identity reconfigurations.

Keywords: Brazilian immigrants; cultural goods; London.

