

Coney Island e a nostalgia de um “divertimento irresponsável” em Lana Del Rey

Coney Island and the nostalgia of an “irresponsible amusement”
in Lana Del Rey

William David Vieira

Mestrando em Comunicação
Universidade Federal de Ouro Preto
williamdavidvieira@gmail.com

Recebido em: 18/10/18

Aprovado em: 20/12/18

Resumo: Neste trabalho, discutimos as políticas de divertimento *kitsch* desenvolvidas em Coney Island, península em Nova York, imbricando temporalidades distintas de suas formas de entretenimento. Coney Island, uma área periférica, emerge, entre os séculos XIX e XX, como consequência da modernidade e do capitalismo tardio dentro do próprio território dos Estados Unidos, fornecendo uma diversão dita “banal” e sendo alvo das mesmas rédeas mercadológicas de seu surgimento ao passar por processos de especulação imobiliária e de esterilização e *gourmetização* do entretenimento nos séculos XX e XXI. Articulamos nossa discussão pela concepção de “divertimento irresponsável” (WISNIK; LUPINACCI, 2010). Aplicamos tal conceituação a duas canções da artista nova-iorquina Lana Del Rey – *Carmen* e *Off To The Races* –, que revelam nostalgicamente frivolidade e ausência de responsabilidade na narrativa do prazer *fast-food* (rápido, barato e monopolizador, no estilo estadunidense de consumo), seja na forma de entretenimento concebida para a ilha nos séculos XIX e XX, seja na forma estabelecida nos últimos anos.

Palavras-Chave: Coney Island, divertimento irresponsável, Lana Del Rey.

Abstract: In this work, we discuss the policies of kitsch amusement developed in Coney Island, New York peninsula, overlapping distinct temporalities of their entertainment forms. Coney Island, a periphery area, emerges, between the 19th and 20th, centuries as a consequence of modernity and late capitalism within the United States itself, providing an amusement said to be “banal” and being the target of the same market reins of its emergence by undergoing processes of real estate speculation and of sterilization and entertainment premiumisation in the 20th and 21st centuries. We articulate our discussion through the concept of “irresponsible amusement” (WISNIK; LUPINACCI, 2010). We apply such conceptualization to two songs by the New York artist Lana Del Rey – *Carmen* and *Off To The Races* –, which reveal nostalgically frivolity and lack of responsibility in the narrative of the fast food pleasure (fast, cheap and monopolizing, in the United States style of consumption), whether it be in the form of entertainment designed for the island in the 19th and 20th centuries, or in the form established in the last years.

Keywords: Coney Island, irresponsible amusement, Lana Del Rey.

Introdução: vende-se um entretenimento *kitsch*

Situada ao sul de Nova York e localizada mais precisamente no distrito do Brooklyn, a antiga ilha de Coney Island, atualmente chamada península de Coney Island, figurou no imaginário do mundo na virada do século XIX para o XX como o paraíso da diversão ou a ilha dos prazeres desmedidos. Atraindo turistas durante vários anos, o pedaço de terra sem lei dentro dos Estados Unidos que oferecia praia, circo e parques de diversão forneceu, nessas modalidades, um rol de entretenimento *kitsch*, regado a aberrações e atrações curiosas¹ das mais diversas, expostas em seus espetáculos, e a gangues de parques. Tratada por “divertimento irresponsável” (WISNIK; LUPINACCI, 2010), essa política de entretenimento aplicada a Coney Island denominava o local como designado à oferta de diversão de massa, voltada para a classe média da época e para o proletariado do período, e se assinalava como consequência de uma modernidade já a ser delineada como desesperada e sufocante² e de um capitalismo tardio verificado no próprio território dos Estados Unidos – mais incisivamente, em uma discrepante região periférica de Nova York.

Essas discrepâncias, relativas a tal problemática, começam a se explicitar pelo fato de Coney Island situar-se a cerca de vinte quilômetros de Midtown, o opressor clã de arranha-céus

¹ Aqui, falamos de casos como fetos de duas cabeças e bebês siameses – atrações da ilha, listadas por Wisnik e Lupinacci (2010) –, a serem abordados mais à frente. Nesse sentido, quando lançamos mão do termo *kitsch*, cujos exemplos se dão, entre outros, por esses casos, estamos nos referindo a um entendimento genérico do termo, que circunscreve um entretenimento tomado por vazio, barato e vulgar, aliado supostamente a técnicas de saqueio, mas nem sempre a moldar objetos de cunho imitativo. Esse entendimento será problematizado ao longo do texto.

² Pelo uso desses termos, fazemos alusão à compressão sobre tempo e espaço e à aceleração sobre um e outro, sentidas desde a modernidade e verificadas também em uma “pós-modernidade” – como propõe e denomina Harvey (2010). Ambas impulsionaram, a seu modo e a seu tempo, o fortalecimento de identidades efêmeras, tão voláteis quanto os produtos culturais – como Coney Island – que a essas identidades se encaminhavam e buscavam representar. Estão aliadas a isso, em continuidade às proposições de Harvey, a valorização do presente (cada vez mais imediato, *presentista*) e, paradoxalmente, a procura pelo futuro como possibilidade de realização dos desejos e concretização das esperanças (como a ideia da modernidade enquanto o lugar a que deveríamos chegar), sendo tal futuro não somente projetivo, mas um espaço de julgamento, embora minimizado por esse *presentismo* (RIBEIRO; LEAL; GOMES, 2017, p. 38) – daí o paradoxo. Trata-se do sentimento de uma modernidade e pós-modernidade entendidas por “desesperadas” e “sufocantes”. Trata-se, mais ainda, arriscamos a dizer, de um projeto de *avanço* que não vinga devido à reconfiguração do tempo e espaço, submetidos à urgência do imediatismo e do capital, encarando, como consequência, a superficialidade dos objetos e das relações.

de Manhattan, nos quais estão abrigadas, em sua maioria, empresas multinacionais. O local também é um dos pontos turísticos da região, visivelmente destoante do anterior desde a instauração da ilha de Coney Island como tal. Dada sua excentricidade ou qualquer que seja o fator que tenha despertado atenção de várias figuras, de governantes a intelectuais, Coney Island recebeu a visita, em 1909, de Sigmund Freud. O fato, tratado como acontecimento e curiosidade, foi contado no experimento documental e ficcional *Freud in Coney Island and Other Tales*, novela de Norman M. Klein, como relatam Wisnik e Lupinacci (2010, p. 2). Para os autores, na narrativa de Klein:

[...] Freud se deixa em parte encantar pelas fantasias bíblicas erotizadas de Coney, em que se combinavam grandes estátuas com sexo à mostra, meninos reais vestidos de Mefistófeles vendendo amendoim e pipoca e fazendo brincadeiras *nonsense* e atrações com encenações de grandes catástrofes naturais e humanas, como incêndios em edifícios altos e em barcos no Mississippi, ou a destruição de Pompeia pela erupção do Vesúvio (WISNIK; LUPINACCI, 2010, p. 2; grifo no original).

A narrativa exemplifica, desse modo, o que se podia encontrar em Coney Island, isto é, atrações malucas e/ou execráveis, todas reunidas numa miscelânea espaciotemporal assumidamente grosseira e assim vendida com prazer em um lugar de verdadeira “[...] fricção tangível entre a experiência cotidiana alienante de trabalhadores urbanos e suas famílias e o alumbramento da fantasia efêmera” (WISNIK; LUPINACCI, 2010, p. 2). É esse convite estético que o personagem Freud de Klein *experiencia*, além de analisar o espaço com certa potencialidade crítica e não deixar de ver naquele paraíso insano e no:

[...] excitante exagero cafonha do lugar o sintoma de um problema tipicamente norte-americano, que qualifica como a obsessão por uma “estranheza e divertimento irresponsável”. Tão “irresponsável”, que fabricava casais novos nos chamados “Tonéis do amor”, onde homens e mulheres desconhecidos se desequilibravam no interior de um cilindro, sendo atirados uns aos outros – donde seguiam, depois, em barquinhos para dois em túneis escuros. [...] Coney Island talvez seja o desdobramento moderno, e o ponto de mutação (norte-americano), daquilo que foi a relação simbiótica entre pompa, divertimento, exotismo e aberração na sociedade vitoriana, e que tão profundamente marcou as Feiras Mundiais do século 19. Não por acaso, boa parte do imaginário e do maquinário de Coney veio das Feiras, tais como rodas-gigantes, montanhas-russas, torres, obeliscos e o *Parachute Jump*, estrutura metálica que suspendia pequenos paraquedas em suaves descidas. Assim como, também, pigmeus africanos, índios sul ou norte-americanos, *clowns* e deficientes físicos de vários tipos, que eram exibidos lá em jaulas ou em shows circenses. (WISNIK; LUPINACCI, 2010, p. 2; grifos nossos; grifo no original).

Neste artigo, trabalhamos a possibilidade de entendimento desse “divertimento irresponsável” a partir de duas canções da artista nova-iorquina Lana Del Rey, ex-moradora do Brooklyn e frequentadora dos parques locais em sua adolescência. A artista usa como composição estética e narrativa a ambientação dos parques da antiga ilha e reconstrói o lugar por meio de uma retórica nostálgica. Pela ideia de Wisnik e Lupinacci (2010), buscamos perceber como a cantora vislumbra, em suas músicas, um resgate da Coney Island dos prazeres desmedidos, a terra sem lei do entretenimento pastiche (o *kitsch*). A partir de tal movimentação, buscamos, ainda, compreender como as canções de Del Rey tratam de outro divertimento, também irresponsável, ao mergulharem, antiteticamente, em seu devaneio nostálgico, sendo também reveladoras das mais recentes e rejeitadas (pela artista) ações sobre Coney – especulação imobiliária e revitalização da área –, que oferecem novas políticas para o local e redefinem a concepção e a fruição daquele espaço periférico, novamente fruto de um descontrole dos desmandos da modernidade e do capitalismo tardio em pleno território dos Estados Unidos, grande fomentador do capitalismo no mundo.

O entretenimento pastiche das canções de Del Rey é aquele que embala de modo sentimental o Freud de Klein. O desejo pelos prazeres frívolos, sem culpa, a necessidade de se encontrar com o lado mais humano representado pelo material, tudo isso se traduz, ao mesmo tempo, no interesse em esquecer-se das preocupações humanas com um entretenimento, dito esvaziado, sem aproximações com uma preocupação mais aprofundada ou política. Entretanto, é preciso salientar que o entretenimento nem sempre chafurda nessa ausência de profundidade cultural. Além disso, não podemos considerar como válida uma ideia binária de entretenimento, que o divide entre alta e baixa cultura, bom e ruim, com profundidade cultural e ausente de tal capacidade. Isto porque até mesmo o *kitsch* (esse entretenimento das canções de Lana Del Rey e do Freud de Klein) aponta para questões de relevância, como àquelas em torno de si próprio: o surgimento do *kitsch*, a que tipo de público atende e sua possível representatividade, por que assume determinadas configurações e que ideais estão contidos nesse entretenimento – seja necessidade de negação ou rejeição a um aprofundamento cultural, seja necessidade de levar uma vida lazer, despreocupada, seja por qualquer outro motivo.

O termo *kitsch*, por exemplo, cujo debate surge no contexto da “pop art”, nos anos 1950 (SOARES, 2015, p. 20), é entendido hoje como pastiche, sendo muito associado às práticas da reciclagem, da colagem, da imitação barata, da “paródia” dotada de comicidade (JAMESON,

1995) e do “saqueio” de culturas autênticas (SARLO, 1997), promovidas pela cultura pop. Entretanto, é preciso que nos atentemos às práticas da imitação consciente do pastiche (DYER, 2007, p. 137; PRYSTHON, 2014, p. 65), que deriva de uma cadeia orquestrada de procedimentos, não sendo pautado apenas pela apreensão rasa de falsificação atribuída pela crítica mais desavisada. O pastiche não é desprovido de armações e armadilhas políticas, a começar pelo fato de passar pela ideia de originalidade contida em si, legitimando-se como forma cultural inteira e completa (HALL, 2003, p. 255-256), autossuficiente e autêntica. E assim se vende um entretenimento pop e/ou *kitsch* em Coney Island, como oferta *mainstream* e demanda da modernidade e de um capitalismo tardio que chegam àquele local. Desse modo – mas, travestidos de originalidade e legitimados –, porque se trata de uma região periférica de Manhattan, antes invisibilizada e que, depois, com a formação de Coney, passa a atender à própria classe média e aos trabalhadores. É nesse momento que Coney Island desempenha tal função, em decorrência da “verticalização” e ocupação de Manhattan e em decorrência do desenvolvimento de infraestrutura que passa a ligar Coney Island a Manhattan e a atender essa demanda de uma diversão fora do “centro”, mas não tão longe do centro.

Décadas depois de sua febre de consumo, Coney acabou por se tornar uma ilha desolada, da decadência, e não mais por seu entretenimento pastiche (agora visto como *cult* ou *underground*), mas por conta da baixa adesão a esse entretenimento, o que levou a tentativas de destruição da ilha por parte de especuladores imobiliários e, por fim, culminou numa tentativa de revitalização implantada pela prefeitura de Nova York desde o início dos anos 2010, que consistia também na construção de moradias populares. Agora, com o processo de revitalização, Coney Island sinaliza passar atender a outra demanda: aceitar o processo de esterilização de seu entretenimento antes considerado vulgar e voltado para a classe média, para os trabalhadores, mas que atraía turistas de todo o mundo, e oferecer um entretenimento *gourmetizado*, nos moldes da Disneylândia, atendendo, de outro modo, a mais uma demanda do capitalismo tardio que permanece naquele lugar ainda periférico e dentro do território estadunidense. Se a modernidade já estava posta no surgimento e apogeu de Coney Island, no fim do século XIX e na primeira metade do século XX, com o discurso da industrialização e da expansão da infraestrutura na região, ela agia na figura do capitalismo e em nome do avanço. Essa modernidade argumenta-se hoje, diz de um tempo em que se verifica o surgimento dos interesses de progresso, mas que resulta na propagação da frivolidade e do tédio dos sujeitos (HABERMAS, 2000, p. 11).

Responsável por essa condição é a publicidade, que moldou nesse tempo e continua moldando, no processo de revitalização, um entretenimento *kitsch* e seu consumo. Como argumenta Galeano (2011, p. 35), “a publicidade manda consumir e a economia proíbe”, posto que as ordens de consumo são iguais para todos, mas impossíveis para a maioria. Coney, entretanto, combina a publicidade “possível”, mas ainda ofensiva: pensada pelas classes mais altas – detentoras do controle do entretenimento, que executam escolhas que as atendem – para as classes mais baixas, como no caso de destinar o espaço de Coney Island às massas por meio do entretenimento inicial, voltado aos trabalhadores, e, também, como no caso das especulações imobiliárias no local e no processo de revitalização; em todos esses cenários, a publicidade “possível” pensada designou Coney como um gueto para as massas, afastando-as dos arranha-céus de Manhattan, dizendo-lhes o espaço e as funções a elas destinados no mundo, o que consumir e como fazê-lo – um estímulo à desigualdade.

A “nova” política de um divertimento também irresponsável

Enquanto o processo de revitalização é também revestido de publicidade, desta vez em torno da ideia do resgate de Coney Island, esta mesma publicidade esconde se o projeto se trata realmente de uma revitalização, no intuito de resgatar uma “essência” da antiga ilha, ou encobre interesses outros, isto é, busca higienizar a ilha e continuar atendendo a interesses capitalistas – como ocorria com o entretenimento de antes –, novamente com o divertimento esvaziado e voltado para a massa, mas de uma forma *gourmetizada*, que não venha a agredir os olhos do próprio mercado e ainda que tal revitalização seja vendida como um resgate da diversão e fama anteriores da ilha. A contradição reflete o próprio espaço: o divertimento é voltado para a massa, mas não é barato (um copo de refrigerante, aponta De Luca (2014), chegou a custar cerca de 15 dólares em Coney), e a massa precisa consumir para ter acesso ao divertimento; e, mais precisamente, a um divertimento que não agrida à região mais rica de Manhattan, próxima de Coney Island.

Do contrário, a península continuará jogada às traças e o divertimento será negado às classes mais baixas, que também foram incluídas no projeto de revitalização com conjuntos residenciais de baixa renda no local. O estatuto das demandas mercadológicas determina, portanto, o entretenimento a ser consumido e o local a ser ocupado por essas classes: das moradias em local pré-definido, ainda periférico – o espaço a ser ocupado pelas classes mais

baixas, segundo o mercado –, ao entretenimento submetido a um processo de assepsia, também em zona periférica.

E esse “novo” divertimento nada tem de original porque se trata tanto do surgimento de Coney Island, da forma como se desenvolveu, quanto da revitalização da península, de políticas de “divertimentos irresponsáveis”, que fomentam um consumo também irresponsável. Falamos em divertimentos irresponsáveis, no plural, porque o entretenimento *kitsch* impulsionado na virada do século XIX para XX e o entretenimento *gourmetizado* – e também *kitsch* – do começo dos anos 2010, oriundo do processo de revitalização, são igualmente irresponsáveis, ao passo que atendem apenas a demandas mercadológicas de temporalidades distintas e sob temáticas distintas de entretenimento.

De um lado, há o *kitsch* do grotesco e das aberrações do surgimento da ilha, uma mistura de circo dos horrores, esquisitices e peculiaridades – bebês siameses, fetos de duas cabeças e assim por diante (WISNIK; LUPINACCI, 2010) – com explosão de oferta de parques de diversão. De outro lado, a instauração do “novo” pastiche, contida no esvaziamento do pastiche anterior (o da fundação do parque) e legitimada pelo estabelecimento da pasteurização e higienização da ilha (em nome do capital), da suposta recuperação da ilha e do desenvolvimento neoliberal pregado pelo capital – próprio da *gourmetização* para a nova classe média e das novas demandas de consumo –, que esconde o ainda *emburrecimento* da população, já *experenciado* pela Disneylândia. Esconde também a suplantação do entretenimento anterior, que dá base, apesar disso, às mesmas estruturas do atual, embora o mais “novo” seja tido e vendido disfarçadamente como “menos vulgar”, menos ofensivo ou “menos baixo”.

O que se compreende com isso é que: se Coney Island buscava sobreviver em meio a seu divertimento mais decadente e em ruínas do que irresponsável e digno de receber qualquer ameaça de crítica “pela moral e pelos bons costumes”, e sobreviver em meio à pressão exercida pela especulação imobiliária que tentava transformar o lugar em mais um reduto elitista com a descaracterização de sua diversão consagrada e a construção de prédios, agora precisa sobreviver na tentativa de resgate que o projeto de revitalização passou a fomentar nos últimos anos. Isto é, desde 2014, já revitalizada, Coney Island segue oferecendo oportunidades de diversão, de montanha-russa a outros tipos de brinquedo, entretanto, caberá ao parque à tentativa de manter viva sua memória e não se transformar numa Disneylândia.

Tal preocupação já estava inserida, no início da década, nas discussões travadas por Wisnik e Lupinacci (2010) e Serelle (2010). Contudo, mesmo após a revitalização e reabertura oficial do parque, ainda é impossível aferir algum tipo de resultado. E, embora não tenha cedido totalmente às pressões da especulação imobiliária e não tenha ido ao fim com sua baixa adesão ao longo dos últimos anos pré-reativação, o que se vê hoje na ilha é uma explosão de restaurantes, bares, uma gigantesca loja da marca Adidas – símbolo do consumo nos dias atuais – e a tentativa de pôr fim a sua decadência; e não porque a decadência representaria o fim do parque, mas porque, talvez, a decadência representasse os traços mais fortes da exagerada e muito consumida face *kitsch* de Coney Island e fosse, hoje, para a sociedade americana, um desperdício as ruínas da ilha guardar a face *kitsch* que, por um lado, tanto estimulou a economia, mas, por outro, foi motivo de vergonha para inúmeros cidadãos que enxergavam no divertimento pastiche do local um culto inútil, destinado apenas à frivolidade.

Entretanto, a contradição se firma novamente agora: se, por um lado, Coney Island sinaliza ver seu lado pastiche inicial derrubado, por outro, segue viva na memória dos frequentadores e nas raízes do lugar que um dia se verificou como a terra dos prazeres desmedidos em meio à sociedade americana, numa região inicialmente invisibilizada, que acedeu à adesão de multidões populares em busca de diversão fora do centro (mas próximo a ele), com a forte ampliação de obras de infraestrutura no século XIX, e, que firmou a ideia da classe média como desprovida de aprofundamento crítico e consumidora de um entretenimento de massas. Isso se evidencia em dois momentos: na “moralização” de Coney Island ocorrida nos anos 1990 (assim como na Times Square) e na *gourmetização* com a fabricação de um ambiente *cult* mais recentemente, nos anos 2010, sobretudo com a presença de *hipsters* e também *hippies* no Brooklyn, o que, neste último caso, é menos um processo automático de ocupação de locais urbanos muito frequentados e com imaginário que pode vir a remeter o subdesenvolvimento, e mais uma demanda de consumo da própria modernidade, à qual os *hippies* também estão submetidos. Mas Coney Island não foi sempre uma demanda neoliberal da ordem do consumo? A atração de turistas nos tempos de seu auge, em fins do século XIX e começo do XX, e a crescente procura efetuada por turistas nos últimos anos (DE LUCA, 01 jun. 2014), logo após o processo de revitalização, em 2014, podem ser aspectos que evidenciam e corroboram tal questão:

A ideia é transformar a região, como foi feito com a Times Square nos anos 1990, quando prostitutas e *peep shows* deram lugar a restaurantes e atrações turísticas [moralização]. A reforma foi acelerada pelo furacão Sandy, que

devastou a área em 2012. No ano passado [2013], o Luna Park – hoje um dos principais parques do local, que conta ainda com dezenas de brinquedos administrados de forma independente – comemorou o recorde de três milhões de visitantes. Coney Island passou a atrair turistas e, claro, os *hipsters* que se multiplicam pelo Brooklyn. No último sábado, eles podiam ser vistos aos montes, tomando cerveja no calçadão de madeira e *piña colada* em copos imitando palmeiras (US\$ 15, com refil grátis, em barraquinhas nas ruas) (DE LUCA, 01 jun. 2014; grifos nossos).

E, ainda que De Luca defendesse à época que Coney Island seguia com a identidade “intacta”, já estava contida nessa *gourmetização* e no esvaziamento do entretenimento antes tido como também esvaziado – ausência de um político a ser discutido –, revelado pela autora, a discursividade e estética nostálgicas de Lana Del Rey em suas canções, lançadas em 2011, pouco depois do início das discussões do projeto de revitalização de Coney Island. Se o divertimento, em Coney Island, é tido como irresponsável e se, no auge de seu sucesso, a ilha fomentava a despreocupação e a frivolidade, agora não há diferença, com exceção do apelo para a fomentação de um imaginário que remonte ao *cult* sobre o pastiche de sempre de Coney Island, ainda que a ilha continue por representar os desejos do mercado, seja à custa do frívolo e do *kitsch*, da pasteurização, seja à custa de uma política de revitalização que pregue a higienização da decadência, invista no mesmo entretenimento pastiche e venha travesti-lo de *cult*, apelando para o nostálgico, embora ele não o seja mais, visto que a assepsia da revitalização esvazia o imaginário da antiga Coney Island. Está aí outro embate: a nostalgia convocada pelas rédeas neoliberais no intuito de estimular o consumo de (e em) Coney Island e a nostalgia suscitada por Lana Del Rey, que remonta a uma temporalidade “suja”, do “paraíso dos desajustados” (WISNIK; LUPINACCI, 2010, p. 2), da terra sem lei:

[...] o que se teme, evidentemente, é a pasteurização do lugar como um parque temático domesticado, como um grande *mall* a céu aberto, o que finalmente esterilizaria Coney Island não pela depredação e o abandono, mas com uma injeção letal em seu próprio “ser”. Se cumpriria, assim, o movimento autofágico da modernidade descrito e analisado por Marshall Berman em *Tudo que é sólido desmancha no ar*, segundo o qual a necessidade de revolução permanente da modernidade a empurra a devorar suas próprias conquistas anteriores. Por esse caminho, Coney Island seria mãe e vítima de Manhattan (sua cria e algoz), tendo Robert Moses – o grande vilão do livro de Berman – como o primeiro capataz de uma linhagem matricida. (WISNIK; LUPINACCI, p. 3; grifos no original)

Os que os autores destacam com isso é a necessidade de entender, como Berman (1986) propõe, que a modernidade é responsável por gerar um atropelamento na vida humana e, com isso, definha-se em suas próprias ruínas. Desse modo, o desespero do engenheiro Robert Moses

por uma Nova York cada vez mais moderna implicava a própria destruição e reconstrução da modernidade. Implicava, portanto, a premissa da modernidade de ver seu próprio esfacelamento em prol de sua reinstauração, de uma “modernidade mais moderna”, mas atual, mais “nova”, assim como o entretenimento, que se vale de suas ruínas para ser “modernizado”. As ruínas, da modernidade e do entretenimento, são a base de fomentação de uma nova modernidade, de um novo entretenimento, ambos cada vez mais modernos, ainda que a modernidade precise ser suplantada. O entretenimento segue o mesmo padrão, precisa ser substituído, mas o antigo é visto agora como *cult*, nostálgico, não apenas uma ruína, como a modernidade sonhada de Moses.

Lana Del Rey, em suas duas canções de 2011 (*Carmen* e *Off To The Races*, ambas do álbum *Born To Die*), também se vale da mesma retórica ao se servir de uma Coney Island *cult* à custa do *kitsch* para construir a ideia de autenticidade e originalidade à luz da sujeira e da perdição, do prazer desmedido e nada moralista. Ao mesmo tempo em que retrata Coney Island, a artista promove uma mistura ao se colocar como garota de programa em *Carmen* e ao se colocar como uma reencarnação da *Lolita* de Vladimir Nabokov em *Off To The Races*. Reivindicar essa aura *cult* de Coney como instituição legitimadora da atual península parte do pressuposto – nas contradições do projeto de revitalização e nas contradições em Lana, reveladoras das adversidades do projeto da prefeitura nova-iorquina – de que:

[...] o projeto atual de revitalização [...] coloca em relevo justamente a possibilidade de recuperação, para destino turístico, de seu divertimento “irresponsável” [...] cujo exotismo e aberração originais [...] são nostálgicamente valorizados como aspecto democrático da norte-americanidade, soterrado pela esterilização do entretenimento à Disney. (SERELLE, 2010, p. 5)

Nesse sentido, a revitalização do entretenimento nos indica uma centralidade dessa formatação de entretenimento naquela cultura (SERELLE, 2010, p. 5). Por esse motivo e também em contrapartida, o que se propõe com essa suposta revitalização, como vimos, é uma via de mão dupla: usar tal retórica nostálgica do espaço *cult* como instância de legitimação de uma nova demanda neoliberal para o entretenimento e de uma nova empreitada de higienização, executada em atendimento aos anseios da classe alta nova-iorquina e ainda estruturada nas bases do capitalismo tardio sobre as classes mais baixas de Coney Island e sobre aquela região periférica e agora almejada, no intuito de estimular a volta da ocupação e do consumo na península – veremos a seguir –, ainda voltado à classe média e ofertando-lhe o entretenimento antigo quase morto. Entretenimento este que é substituído por um divertimento reciclado, mas *gourmetizado* e esterilizado, com o objetivo de educar, disciplinar e higienizar essas próprias classes, mas dando-

lhes, segundo esse capitalismo, aquilo de que são merecedoras e pelo qual despertam interesse ou são capazes de apreender: um entretenimento *kitsch*, configurando-se assim a “nova” política de um divertimento também irresponsável.

Temporalidade e nostalgia de um entretenimento quase morto

Até aqui, não buscamos dizer que a esterilização do antigo entretenimento tem a ver, exclusivamente, com a necessidade dos Estados Unidos de apagar aquele espaço e discurso de sua história, mas a assepsia surge como uma onda de “moralização” e defesa desta em todo o mundo – não exatamente por aqueles que de fato defendem a moral, mas que se julgam como paladinos de tal. Coney Island pode sobreviver, mas seu divertimento precisa ser aceitável e legítimo, e isso significa dar lucro, “levar o país para frente”, atender às demandas neoliberais de consumo, ainda que contrariamente ao entretenimento de antes e se pautando na imagem inicial de Coney Island (um paradoxo), vinda do divertimento de antes, porque hoje, como discurso de legitimação, o entretenimento anterior assume presunçosamente uma status de *cult* e não de “vergonhoso”.

Pouco resta daquela ilha, na verdade. O entretenimento segue sendo “de massa”, mas o que vemos é uma tentativa de resgatar a ideia de uma diversão *kitsch*, mas que se vale de outro pastiche e nega o anterior, embora busque se calcar nele. Tanto que o prazer pelo prazer não prevalece. Prevalece o prazer como necessidade de consumo, o prazer como obrigação porque estimula o capital, fomenta o próprio consumo, impulsiona o “desenvolvimento” da região, porque é preciso consumir, segundo a agenda neoliberal. O entretenimento antigo de Coney Island está quase morto e somente reina na memória daqueles que um dia se serviram dele.

Na cultura pop como um todo, obras seguem por trazer a memória de uma Coney Island antiga. Como exemplo recente, há o filme *Beach Rats* (2017), realizado por Eliza Hittman. O enredo tem como cenário a península de Coney Island, ambientada numa estética voltada ao entretenimento inicial da ilha. Coney representa o ponto de partida para a vida de liberdade do personagem Frankie, interpretado por Harris Dickinson, quando o rapaz, integrante de uma “protogangue” de parques – que pratica crimes como o roubo de dinheiro de frequentadores de Coney –, descobre a possibilidade de viver experiências sexuais com outros homens, mas acaba entrando em um círculo vicioso dessa chance de liberdade ao se perder em meio a drogas e pressão de uma namorada, do grupo de amigos e da família, que impõem a ele modelos de vida

para serem adotados. O filme traz o ideal libertário para o personagem, além de retratar sua vida de sujeito errante a vagar sem destino por sua própria existência incerta, um indivíduo à deriva de si, tudo isso embalado pelo *mood* nostálgico e *cult* de Coney Island, que remete ao entretenimento e ambiente originais da ilha.

Se voltarmos um pouco, encontraremos facilmente outras obras que investem em temática semelhante ou se valem do mesmo *mood* nostálgico e *underground*, como utilizado na estética do parque frequentado pelos personagens de Angelina Jolie e Brad Pitt em *Mr. and Mrs. Smith* (2005), filme de Doug Liman. São representantes também de uma Coney ousada, arriscada e cheia de malícia o álbum e canção *Coney Island Baby* (1976), de Lou Reed, e as músicas *Carmen* e *Off To The Races*, de Lana Del Rey, ambas do álbum *Born To Die* (2011). Se, na primeira canção, a personagem de Lana convoca para si o título de “rainha de Coney Island” ao dar vida a uma garota de programa de 17 anos, que anda com maldade pelo parque e pela areia da praia do local, a busca pelo título na segunda canção também não se faz diferente, embora a personagem o conquiste ao executar uma reencenação da *Lolita* de Vladimir Nabokov.

Arriscamos a dizer que, talvez, nos últimos anos, as canções de Del Rey sejam os exemplos mais consonantes e simbólicos dessa anatomia de Coney a resistir no imaginário de indivíduos saudosistas da ilha. Nos primeiros versos de *Carmen*, a personagem começa a apresentar um ambiente de frivolidades, que mais tarde é transferido para Coney Island. Nesse ambiente, não se medem as consequências se a importância maior for manter o padrão de consumo: “*Darling, darling / Doesn't have a problem / Lying to herself / 'Cause her liquor's top shelf / It's alarming, honestly / How charming she can be / Fooling everyone / Telling them she's having fun*”³. Isso também se confirma nos seguintes versos: “*She says / You don't wanna be like me / Don't wanna see all the things I've seen / I'm dying, I'm dying / She says / You don't wanna get this way / Famous and dumb at an early age / Lying, I'm lying*”⁴.

³ Tradução livre: “Querida, querida / Não tem problema / Mentindo para si mesma / Porque seu licor é de primeira / É alarmante, de verdade / Quanto encantadora ela consegue ser / Enganando a todos / Dizendo a eles que ela está se divertindo”.

⁴ Tradução livre: “Ela diz / Você não quer ser como eu / Não quer ver todas as coisas que eu vi / Eu estou morrendo / Estou morrendo / Ela diz / Você não quer ficar desse jeito / Famosa e burra tão cedo / Mentindo, eu estou mentindo”.

A transferência para Coney reforça tal descrição e acontece em: “*Carmen, Carmen*⁵ / *Staying up till morning* / *Only 17, but she walks the streets so mean* / *It’s alarming truly* / *How disarming you can be* / *Eatin’ soft ice cream* / *Coney Island queen* / *She says* / *You don’t want to be like me* / *Lookin’ for fun, gettin’ high for free*”⁶. Aqui, a personagem, de apenas 17 anos, explica sua vida como garota de programa em Coney e encara tal condição como a de um sujeito errante, que se deparou com as dificuldades da vida e precisou seguir um caminho. Esse caminho, adotado em Coney Island, revela a situação da antiga ilha de terra sem lei, de ambiente dos prazeres desmedidos.

Bem aceita nas ruas de Coney Island, a personagem revela traços de sua fisionomia, também associados a figuras muito simbólicas na cultura pop e no entretenimento *mainstream*, de uma forma geral, que vão de desenhos animados ao uso do *Auto-Tune*⁷. A garota da canção assume, assim, uma fisionomia *kitsch*, a mesclar com a própria ambientação de Coney, de modo que se camufla e consegue, ao mesmo tempo, ser notada no local, chamando atenção. Assim, a personagem também reivindica para si uma originalidade relativa à própria ilha, isto é, de uma figura peculiar e autêntica da ilha, pertencente àquele local e figura única nesta condição. “*The boys, the girls* / *They all like Carmen* / *She gives them butterflies* / *Bats her cartoon eyes* / *She laughs like God* / *Her mind’s like a Diamond* / *Audiotune lies*⁸ / *She’s still shinin’* / *Like lightning, white lightning*”⁹, esclarecem os versos.

⁵ O nome “Carmen”, aqui evocado diretamente nos versos da canção, não somente no título, pode direcionar-se a inúmeras referências estéticas, como a ópera homônima do francês Georges Bizet, cuja estreia data de 1875, e a cantora e atriz Carmen Miranda, nascida em 1909, com carreira bem-sucedida nos Estados Unidos poucos anos mais tarde. Ambas as referências se entrecruzam com o nascimento e sucesso de Coney Island. Desse modo, percebendo ainda a existência de outras referências, a produção de sentidos em torno dessa “Carmen” da canção não se encerra. Aqui, manteremos fidelidade à figura da garota de programa, a quem diz respeito a “Carmen” da música.

⁶ Tradução livre: “Carmen, Carmen / Ficando acordada até de manhã / Tem apenas 17 anos, mas anda nas ruas com tanta maldade / É verdadeiramente alarmante / Quão desarmadora ela pode ser / Tomando suavemente um sorvete / Rainha de Coney Island / Ela diz / Você não quer ser como eu / Procurando por diversão / Ficando chapada por liberdade, de graça”.

⁷ Aparelho criador e modificador de áudio, lançado em 1997, usado para corrigir ou melhorar uma atuação vocal e/ou instrumental. Segundo a revista *Billboard*, a cantora Cher foi a primeira a usar o recurso na música pop, em 1998.

⁸ Neste verso, o “*Audiotune*” seria qualquer aparelho com a mesma função do *Auto-Tune*. A artista faz referência direta a falsos cantores da indústria fonográfica, suspeitando de figuras apenas vendáveis e sem aparente profundidade musical/cultural, munidas de suas “melodias mentirosas”. Embora se utilize de pastiches ao redor deste elemento do refrão da canção, a cantora nega o “*Audiotune*”, nesse momento, e busca legitimar-se por um ideal de originalidade. Na canção, a crítica se intensifica por meio da associação à palavra *Auto-Tune*, similar à outra na oralidade e na escrita.

⁹ Tradução livre: “Os garotos, as garotas / Todos gostam da Carmen / Ela lhes dá calafrios / Pisca seus olhos de desenho animado / Ela ri como Deus / Sua mente é como um diamante / O *Audiotune* mente (melodias mentirosas) / Ela ainda está brilhando / Como relâmpago, um reluzente relâmpago”.

A aversão da personagem ao *Auto-Tune*, percebida no trecho acima, justifica-se na música pelo fato de a personagem desejar ser uma cantora. Na busca por sair da qualidade de aspirante, ela se envolve com sujeitos que, aparentemente, prometem tirá-la da condição de garota de programa. Assim, ela procura uma chance em seu caminho. “*Baby’s all dressed up with nowhere to go / That’s the little story of the girl you know / Relying on the kindness of strangers / Tying cherry knots / Smiling, doing party favours / Put your red dress on, put your lipstick on / Sing your song, song / Now the camera’s on / And you’re alive again*”¹⁰, revelam os versos.

Com isso, ao trazer elementos próprios de uma “primeira versão” da ilha e deslocar sua canção, lançada em 2011 (na difusão das ações de revitalização da península), para o *mood* anterior de Coney Island, Lana Del Rey promove um embate entre temporalidades referente ao que Kehl (2009) sustenta como a empreitada dos sujeitos afetados de circunscreverem um tempo e nessa circunscrição se inserirem. A imbricação entre os dois entretenimentos, o sufocamento do anterior com a revitalização, a construção de um “novo” divertimento também irresponsável e a busca incessante por uma volta que persiste no imaginário dos indivíduos determinam essa condição. Tudo isso diz de uma interpretação das temporalidades imbricadas, ou seja, dizem de nossas formas de sobrevivermos às tramas temporais, “[...] formas de organização e percepção subjetiva do tempo” (KEHL, 2009, p. 122). Mais ainda, essa busca se refere a uma estética fomentada pelo imaginário nostálgico em torno da relação com o entretenimento primeiro da antiga ilha. A nostalgia, nesse sentido, age como recorrência ou tentativa de retorno ao passado, assinalando o desejo de nele permanecer, como salienta Barbosa (2014).

Dessa forma, Lana nos convida, também, por meio de seus arranjos um tanto anacrônicos, a interpretar o passado não somente por categorias do passado, mas a interpretá-lo fazendo uso de imbricações entre este passado nostálgico e o presente – ainda que em rejeição a ele, com vistas a condenar a revitalização de Coney Island e sua reformulação. Servindo-nos dessas articulações temporais que se constroem diante de nós como jogos e tramas em complexas cadeias de pertencimento e entendimento, somos também guiados a tentar compreender o presente, que se lança a nós, imerso nessas complexidades com o passado. Isso porque, paradoxalmente, o tempo ainda flerta com nosso desejo de circunscrição (citado anteriormente)

¹⁰ Tradução livre: “Ela está vestida, sem lugar para ir / Essa é a historinha da garota que você conhece / Confiando na bondade dos estranhos / Dando nós em cabos de cereja / Sorrindo, fazendo favores em festas / Coloque seu vestido vermelho, passe seu batom / Cante sua música / Agora que a câmera está ligada / E você está viva novamente”.

por meio do didatismo, ou seja: há, em nós, um desejo de perceber o tempo e suas afetações inscritas em nosso corpo por intermédio de uma vã linearidade, didática como linhas do tempo e suas ilusórias cronologias e sequencialidades que montam a tríade, *passado – presente – futuro*, enquanto três figuras falsamente isoladas.

Assim, vemo-nos diante de um tensionamento de ordem similar ao proposto por Didi-Huberman (2015) sobre a história da arte e sua potencialidade anacrônica, qual seja: encarar a história da arte como uma disciplina anacrônica tanto negativa quanto positivamente (DIDI-HUBERMAN, 2015, p. 28), posto que a própria tessitura das obras artísticas, como imagens – elementos trazidos pelo autor em sua obra – ou músicas – objetos trazidos aqui por nós –, é de natureza híbrida, “impura”, dotada de “modelos de tempo” complexos, que se atravessam. E nos desafia ainda o pensador ao ponderar que: “Só há história anacrônica...” (DIDI-HUBERMAN, 2015, p. 43).

Em *Off To The Races*, a construção também se alinhava por meio da nostalgia – apresentando, conseqüentemente, essas turvas imbricações temporais de que falamos aqui –, seguindo caminho semelhante ao traçado em *Carmen* e dando-se a ver mais claramente. Com sua *aura* de *Lolita*, Lana Del Rey evoca um espírito rebelde, indomado e por vezes irascível, que exala a nostalgia já nos primeiros versos, ao retomar seu passado promíscuo em outros lugares, carregando-o consigo e, paradoxalmente, *presentificando* alguns de seus elementos. Tal feito revela uma indomabilidade também da nostalgia, que foge de si e extrapola seu próprio entendimento, tomando conta do sujeito (a personagem de Lana na canção) e visando ser “corporificada” em seu espírito rebelde, mas ainda com vistas ao passado, a ser mantido intocável e puro somente no passado, *seu tempo*. Dizemos que essa indomabilidade é paradoxal porque, de volta a Barbosa (2014), a nostalgia não é um desejo de fazer com que determinado passado se torne presente, mas sim, o desejo de a esse passado voltar e nele permanecer. Ou, ainda:

Simplemente porque a nostalgia é, antes de tudo, uma *recusa* radical do presente, uma fuga desesperada e uma intuição de que a preciosidade do passado só poderá ser mantida se ele permanecer exatamente o que é: um *passado puro*, sem se corromper com a “mediocridade” do presente. O nostálgico não quer mudar o presente para que ele fique igual ao passado, mas se perder nesse passado como em um sonho – e, no limite, nunca mais voltar. (BARBOSA, 2014, p. 23-24; grifos no original).

A rejeição ao presente, este mesmo que nos sufoca com seu *presentismo* cada vez mais imediato na modernidade – e pós-modernidade, se voltarmos a Harvey (2010) – e da forma como

nela(s) é valorizado, rouba da nostalgia sua tranquilidade, tentando-a, dessa maneira, com um contraditório desejo de querer fazer-se presente; deixando-a indomável e fora de si, de seu próprio entendimento, e da circunscrição pelo sujeito que a *experiencia* e vive. Assim, em *Off To The Races*, esse passado resiste nostalgicamente no presente e se manifesta – portanto e de modo antitético – em elementos como uma vida *atual* regada a drogas e sem controle pelo sujeito. “*My old man is a bad man / But I can’t deny the way he holds my hand / And he grabs me, he has me by my heart / He doesn’t mind I have a Las Vegas past / He doesn’t mind I have a L.A. crass way about me / He loves me with every beat of his cocaine heart*”¹¹, são os primeiros versos.

E, assim como feito em *Carmen*, essa ambientação se transfere depois para Coney Island: “*God, I’m so crazy, baby / I’m sorry that I’m misbehaving / I’m your little harlot, Scarlet*¹² / *Queen of Coney Island / Raising hell all over town / Sorry ‘bout it*”¹³. Essa vida desregrada, ambientada em Coney Island, confirma-se também nos seguintes trechos: “*He doesn’t mind I have a flat broke down life / In fact he says he thinks it’s what he might like about me*”¹⁴ e “*And I’m off to the races / Cases of Bacardi chasers / Chasin’ me all over town / ‘Cause he knows I’m wasted / Facing time again on Rikers Island / And I won’t get out*”¹⁵.

Em continuidade a isso, há utilização de elementos de ordem *kitsch* ou plástica, como ocorre em “*Swimming pool glimmering, Darling / White bikini off with my red nail polish / Watch me in the swimming pool / Bright blue ripples, you / Sitting sipping on your black crystal, yeah*”¹⁶ e como a própria referência a *Lolita*, vista em “*Light of my life, fire of my loins / Be a good baby, do what I want / Light of my life, fire of my loins / Gimme them gold coins, gimme them coins*”¹⁷, reapropriações de versos de Nabokov. Tudo isso deixa de funcionar como uma retórica de ordem “retrô”, de reciclagem ou

¹¹ Tradução livre: “Meu *daddy* (homem velho e desejado) é um homem mau / Mas não posso negar o jeito como ele segura minha mão / E ele me pega, me tem pelo meu coração / Ele não se importa que eu tenha um passado em Las Vegas / Ele não se importa de eu ter o jeito grosseiro de Los Angeles / Ele me ama com cada batida do seu coração de cocaína”.

¹² Nome dado a dançarinas de clubes e boates voltados para homens, as quais podem ou não prestar serviços sexuais.

¹³ Tradução livre: “Meu Deus, eu sou louca, querido / Me desculpe por estar me comportando mal / Eu sou sua ‘putinha’, sua *Scarlet* / Rainha de Coney Island / Tocando o terror por toda a cidade / Me desculpe por isso”.

¹⁴ Tradução livre: “Ele não se importa de eu ter uma vida destruída e decadente / Na verdade, ele acha que é isso que pode fazê-lo se atrair por mim”.

¹⁵ Tradução livre: “Eu estou indo para as corridas (de cavalo) / Caixas de Bacardi para acompanhar / Estão me perseguindo por toda a cidade / Porque ele sabe que eu estou devastada, perdida / Cumprindo pena outra vez em Rikers Island / E eu não vou sair”.

¹⁶ Tradução livre: “Piscina brilhando, querido / Tiro meu biquíni branco com minhas unhas pintadas de esmalte vermelho / Me veja na piscina / Ondulações azuis brilhantes, e você / Sentado, saboreando seu cristal negro”.

¹⁷ Tradução livre: “Luz da minha vida, fogo dos meus quadris / Seja um bom garoto, faça o que eu quero / Luz da minha vida, fogo dos meus quadris / Me dê aquelas moedas de ouro, me dê aquelas moedas”.

saqueio e legitimação (em busca de uma autenticidade do pop) para se aliar à nostalgia de Coney ao exalar, também, uma vida de prazeres desmedidos, na qual o imperativo do prazer, do gozo, como salienta Žižek (2012), é pregado por uma sociedade que precisa ver utilidade em tudo, até mesmo no prazer.

Por “utilidade”, entendemos estar atrelado às demandas neoliberais de consumo e retorno lucrativo – como no caso dos entretenimentos de Coney. Haja vista que “o gozo é aquilo que não serve para nada, e o grande esforço da ‘permissiva’ sociedade utilitarista hedonista contemporânea é incorporar esse excesso incontável e inexplicável no campo do contável e explicável” (ŽIŽEK, 2012, p.53), então, para essa sociedade, quanto mais gozo, melhor. Desse modo, o gozo se traduz em Coney no consumo e no imperativo do prazer ao desfrutar o máximo de qualquer que seja o entretenimento estabelecido, reforçando, nos dois entretenimentos, e, no caso de Lana, principalmente no anterior, uma demanda mercadológica. Não é o prazer pelo prazer, é a obrigação de se entregar ao prazer por ordem de consumo, como citado anteriormente.

No caso específico da revitalização, o mesmo imperativo do gozo precisa legitimar o entretenimento do local e a própria utilização do espaço, sobretudo enquanto local utilizado para moradias populares. Isso significa que Coney Island, da forma como se apresenta agora, só se legitima e encontra aceitação entre moradores do local (SHALTIEL, 27 jul. 2016)¹⁸ porque está vinculada ao neoliberalismo econômico e estimula o giro de capital. Se isso não ocorrer, é preciso encontrar outra função para o local, mesmo que isso inclua passar por cima das moradias populares. Na contramão, ao invocar o imperativo do gozo associado ao entretenimento estabelecido inicialmente, está um vídeo¹⁹ de Lana Del Rey que data incertamente de alguns anos antes de sua estreia na cena *mainstream* da cultura pop, no qual a artista se apresenta em Coney Island munida de um tom pastiche, carregado por cores extravagantes, e se portando como uma aspirante a cantora (a exemplo do que ocorre em *Carmen*), além de caminhar pelo espaço da península como uma jovem nova e também errante (como retratado em *Beach Rats*), o que se

¹⁸ Para alguns moradores da península, prevalece agora o lado residencial, mais importante que o entretenimento de antes. Cf.: “Coney Island has long been known for its amusement park, beach and boardwalk, but visitors to the neighborhood might not notice that it has been going through major changes on the residential side. New developments and businesses are moving in, and longtime residents say the changes are for the better. ‘The good times are here,’ said Eddie Mark, the district manager of the local Community Board 13, who has lived in the neighborhood for 21 years. ‘Businesses, investors and franchises want to come to the neighborhood and I think things like that show that we’re on an upswing.’” (SHALTIEL, 27 jul. 2016)

¹⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IJobsd46fS4>

direciona, novamente, para a garota de programa de *Carmen*, que é também um sujeito errante, no trânsito pela vida.

É curioso destacar que o vídeo de Lana pode se configurar pastiche para Jameson (1995) como objeto que se vale de uma lógica de “reaproveitamento” do passado e que acaba por ofertar uma “paródia vazia”. A mesma crítica é direcionada à artista quando ela se vale da cultura rock em suas composições. Mas, nos dois casos, são desconsideradas as vivências de Lana em Coney Island e em meio a nomes do rock, de modo que a experiência da artista é invalidada e tida como pastiche em prol da incapacidade argumentativa de uma crítica que não se permite perceber as articulações políticas da cultura pop e do entretenimento, assim como não se permite perceber os atravessamentos do pastiche na cultura rock ou, em outro segmento (na revitalização), também se impede de perceber o pastiche do “novo” entretenimento por conta da presunção de melhoria e suplantação do anterior, mesmo que, como salientamos, esse “novo” esteja calcado em seu predecessor.

Outro fato curioso a se destacar é a relação entre a música *Yayo*, tocada no vídeo que mencionamos acima e presente em *Born To Die: The Paradise Edition* (2011), uma versão aumentada de *Born To Die*, e as duas músicas de Lana Del Rey aqui analisadas. Embora o ambiente de *Yayo* não seja necessariamente Coney, as três canções contornam um espaço nostálgico e melancólico – como num todo de suas sonoridades e letras –, o que contribui para o entendimento das discussões que a artista realiza acerca dos locais retratados, como a ilha novaiorquina. Arranjos melódicos e sentimentais embalam os três trabalhos, embora, no caso de *Carmen* e *Off To The Races*, em comparação com outras canções do álbum a que pertencem e da versão expandida do álbum, as duas possuam refrãos mais acelerados. Ou seja, ambas se apresentam com certa velocidade (característica da modernidade), conquanto tenham críticas indiretas à revitalização de Coney (e, por conseguinte, ao processo “modernizante” referente a isso) e estejam, apesar disso, pela sonoridade e pela nostalgia das letras, atreladas à modernidade que afetava a ilha anteriormente e já tida por acelerada, mas não tão acelerada para o tempo atual e seu projeto.

A sonoridade dos dois trabalhos aqui problematizados e seus arranjos define-se, ao se sincronizarem com uma aceleração que ficou para trás – daí a coadunação desse tempo passado a arranjos melódicos e sentimentais em muitos momentos, com exceção dos estribilhos –, como perdidas no tempo, também anacrônicas. *Born To Die* é o primeiro álbum de Lana Del Rey

“oficialmente” dentro da cultura pop e se configura, talvez, como um dos mais pulsantes de Lana no quesito abordagem de questões acerca de um entendimento de “América”. Tal elemento perpassa toda a obra da artista, haja vista o afeto nostálgico de “América” que embala seus trabalhos; afeição esta aliada, sobretudo, a uma proposição de resgatar o que ficou para trás. E não no sentido de trazê-lo à tona, mas de voltar a ele (a potência estética e política da nostalgia).

Considerações finais: uma distração familiar moralista

Condenado ou não em versos e arranjos de “nostalgias musicalizadas”, o projeto de revitalização de Coney Island vem após tentativas em doses homeopáticas de desmonte dos parques da ilha, algumas fracassadas e outras bem-sucedidas, com fechamentos de atrações e vislumbres de transformar o local numa *Miami beach* nova-iorquina ou num *resort* nos moldes de Las Vegas (WISNIK; LUPINACCI, 2010, p. 3), de modo que, no processo de revitalização, com o envolvimento da prefeitura, já se esperava, no final dos anos 2000, na virada da década, uma nova ambientação para o local. Em Lana, existe uma abertura de espaço para pensarmos nostalgicamente a frivolidade e ausência de responsabilidade na narrativa do prazer *fast-food* (rápido, barato e monopolizador, no estilo estadunidense de consumo) sobre a forma de entretenimento concebida para a ilha nos séculos XIX e XX, mas, ao mesmo tempo e paradoxalmente, isso não impede que imbriquemos esta temporalidade narrada e visivelmente desejada à forma de entretenimento planejada para a península nos últimos anos.

As canções da artista datam do auge do processo de revitalização de Coney Island, no início dos anos 2010, e, retratando uma “primeira versão” da ilha e renegando a atual península, ambas as formas dizem de modalidades de um “divertimento irresponsável”, cada qual a seu modo. Assim, Lana nos permite pensar a própria mistura entre as formas de entretenimento e suas temporalidades e, embora a artista sinalize rejeitar a segunda ao desejar nostalgicamente a primeira, as duas são, na verdade, referentes a uma mesma forma de se fazer e vender entretenimento, um entretenimento pop ou *kitsch*: aqui sim, no sentido da reciclagem, do esvaziamento, supostamente o que um pensamento majoritário e binário que detém determinadas posses e determinado controle imagina ser o entretenimento desejado e pedido pela massa.

A problemática também se intensifica quando percebemos que Lana evoca, por meio de sua experiência estética da nostalgia da antiga ilha, uma ambientação *cult*, de “inferninho a céu aberto”, do passado da ilha, algo contido subliminarmente na campanha de revitalização de

Coney Island, embora sobressaia uma necessidade de apagamento do passado com a oferta de um “novo” entretenimento – seja por este ser mais atual e “contemporâneo” (e tudo o que é pop precisa ser antenado e cada vez mais presunçosamente “novo” para ser consumido e vendido), seja por vergonha do anterior –, ainda que haja um discurso de “resgatar” a ilha. E, vale lembrar, como prognóstico a ser feito, ilha esta que não mais se denomina como tal e que não mais promove uma diversão desmedida nos moldes da anterior – o controle é rigoroso, dos preços ao divertimento cada vez mais asséptico e adaptado ao formato moralista de distração familiar.

Referências Bibliográficas

BARBOSA, André Antônio. A potência estética da nostalgia. **Serrote**, São Paulo, n. 16, p. 21-39, 2014.

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar**: a aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.

DE LUCA, Isabel. Coney Island retoma lugar icônico em NY. **O Globo**, Nova York, 01 jun. 2014. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/mundo/coney-island-retoma-lugar-icone-em-ny-12677239>. Acesso em: 30 jun. 2018.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Diante do tempo**: história da arte e anacronismo das imagens. Tradução de Vera Casa Nova e Márcia Arbex. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2015.

DYER, Richard. **Pastiche**. Londres; Nova York: Routledge, 2007.

GALEANO, Eduardo. **De pernas pro ar**: a escola do mundo ao avesso. E-book. Porto Alegre: L&PM Editores, 2011.

HABERMAS, Jürgen. **O discurso filosófico da modernidade**: doze lições. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

HALL, Stuart. **Da Diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2010.

JAMESON, Fredric. **Espaço e imagem**: teoria do pós-moderno e outros ensaios. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

KEHL, Maria Rita. **O tempo e o cão**: a atualidade das depressões. São Paulo: Boitempo Editorial, 2009.

PRYSTHON, Angela. **Utopias da frivolidade**. Recife: Cesárea, 2014.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; LEAL, Bruno Souza; GOMES, Itânia. A historicidade dos processos comunicacionais: elementos para uma abordagem. In: MUSSE, Christina Ferraz; VARGAS, Herom; NICOLAU, Marcos (Orgs.). **Comunicação, mídias e temporalidades**. Salvador: EDUFBA, 2017, p. 37-58. Disponível em:

http://www.compos.org.br/data/Comunicacao_Midias_e_Temporalidades.pdf. Acesso em: 10 dez. 2018.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

SERELLE, Márcio. Uma outra república do entretenimento. **Rumores**, v. 4, n. 8, p. 1-11, 2010. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/51202>. Acesso em: 25 jun. 2018.

SHALTIEL, Jason. Coney Island residents seeing big changes as real estate booms. **AM New York**, Nova York, 27 jul. 2016. Disponível em: <https://www.amny.com/real-estate/city-living/brooklyn/coney-island-residents-seeing-big-changes-as-real-estate-booms-1.12098520>. Acesso em: 27 jun. 2018.

SOARES, Thiago. Percursos para estudos sobre música pop. In: PEREIRA DE SÁ, Simone.; CARREIRO, Rodrigo.; FERRARAZ, Rogério (orgs.). **Cultura pop**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015, p. 19-33.

WISNIK, Guilherme; LUPINACCI, Heloisa. Coney Island e o divertimento irresponsável. **Serrote**, São Paulo, mar. 2010, p. 1-3. Disponível em: <https://www.revistaserrote.com.br/2011/07/coney-island-e-o-divertimento-irresponsavel/>. Acesso em: 25 jun. 2018.

ŽIŽEK, Slavoj. **O ano em que sonhamos perigosamente**. E-book. São Paulo: Boitempo Editorial, 2012.