

TUITANDO SHAKESPEARE: DOIS PROJETOS INOVADORES

Aline de Mello SANFELICI
Universidade Federal do Pará

RESUMO: Este trabalho apresenta e discute dois projetos inovadores que recontaram via *Twitter* duas conhecidas peças de Shakespeare. Enquanto *Twitter of the Shrew* (Twitter da Megera), sob direção artística de Brian Feldman, da Amway Shakespeare Opportunity, recriou a peça A Megera Domada, *Such Tweet Sorrow* (Uma Dor Tão Tweet), da Royal Shakespeare Company em parceria com a Mudlark, uma companhia de entretenimento para TV, *Internet* e celulares, recontou a peça Romeu e Julieta. As performances virtuais, apesar de utilizarem a mesma mídia (o *Twitter*), mostram-se amplamente diferentes em termos de formato, uso da linguagem, recursos intermediáticos adicionais e visão de público. Precisamente em função de tais diferenças, essas duas ousadas empreitadas são, neste estudo, contrastadas e analisadas criticamente. Dá-se especial atenção na análise à utilização das mídias disponíveis, às relações do texto tuitado com o texto original shakespeariano, e ao impacto dos projetos no que tange suas contribuições para as relações futuras entre literatura, teatro e tecnologia.

PALAVRAS-CHAVE: Shakespeare; *Twitter*; tecnologia.

ABSTRACT: *This work presents and discusses two innovative projects that retold via Twitter two well-known plays by Shakespeare. While “Twitter of the Shrew”, under artistic direction by Brian Feldman, of Amway Shakespeare Opportunity, recreated the play “The Taming of the Shrew”, “Such Tweet Sorrow”, by the Royal Shakespeare Company with Mudlark, a company that provides entertainment for TV, Internet and cell phones, retold the play “Romeo and Juliet”. The virtual performances, in spite of using the same medium (Twitter), were greatly different in terms of format, use of language, additional intermediatic resources, and understanding of the audience. Precisely because of these differences, these two daring projects are, in this study, contrasted and critically analyzed. Special attention is given to the use of available media, the relations between the text tweeted and the original Shakespearean text, and the impact of the projects in what concerns their contributions to the future interplays between literature, theater and technology.*

KEYWORDS: *Shakespeare; Twitter; technology.*

Introdução

Extremamente popular hoje em dia, o *Twitter* constitui-se em uma espécie de *microblog*, uma vez que seus usuários podem compartilhar qualquer informação em um espaço mínimo, de até 140 caracteres. Os adeptos do *microblog* podem acompanhar as declarações uns dos outros, tornando-se seguidores (“*followers*”) de celebridades e de anônimos, e interagir com os mesmos, tuitando e retuitando com os mais de 300 milhões de usuários da página. Nesta esfera contemporânea de comunicação, com riquíssimo potencial de audiência, dois projetos com semelhante ponto de partida, porém desenvolvimento e

resultados diversos, foram realizados. Estes projetos buscaram unir o teatro shakespeariano e o *Twitter*, e são o foco desta discussão.

As performances virtuais aqui discutidas são: *Twitter of the Shrew* (em português, *Twitter da Megera*), uma adaptação tuitada da peça *A Megera Domada*, com direção artística de Brian Feldman da Amway Shakespeare Opportunity, feita em 2009; e *Such Tweet Sorrow* (em português, *Uma dor tão tweet*¹), versão de *Romeo e Julieta*, com direção artística de Roxana Silbert da Royal Shakespeare Company, em parceria com a Mudlark, empresa de entretenimento para televisão, internet e celulares, em 2010. No que segue, primeiramente descrevo cada uma das encenações virtuais, comentando suas principais características, uso de mídias virtuais adicionais, tratamento dado à linguagem e visão de público, e apresto, ainda, um breve resumo da recepção do público ao trabalho. Posteriormente, encerro com algumas considerações sobre os dois projetos, especialmente no que diz respeito ao possível diálogo entre literatura, teatro e *Twitter*.

Twitter da megera

Twitter of the Shrew ocorreu no mês de fevereiro de 2009. Para a divulgação desta empreitada pioneira, foi criada uma conta no *Twitter* (usuário @Amway Shakes), a qual anunciava a contagem regressiva para a estreia da “peça *online*”, e fornecia, ainda, orientações sobre como acompanhar o desenrolar da história (uma cena criada via *tweets* a cada dia, durante o período de 12 dias). A companhia anunciou, nesta conta de usuário no *microblog*, que seu objetivo era “levar Shakespeare ao próximo nível” – possivelmente fazendo referência à até então inexistência de trabalhos que unissem Shakespeare e o *Twitter*. Além disso, a companhia declarou que, tendo Brian Feldman à frente da direção artística, seria impossível fazer “Shakespeare tradicional” (apesar de o termo “tradicional” não ter sido problematizado pela companhia, entende-se que fazer “Shakespeare tradicional” possivelmente significaria levar o bardo às telas de cinema ou palcos teatrais, porém não necessariamente ao chamado SMS da *internet*).

Em outra página de relacionamentos muito popular, o *Facebook*, a companhia criou um evento público para a performance *online*, informando as datas, as contas de *Twitter* dos personagens, e novamente a estrutura de ser uma encenação em 12 dias, com uma cena sendo criada por dia. No entanto, o trabalho da Amway Shakespeare Opportunity se encerra por aí no que diz respeito ao uso de outras mídias virtuais. A companhia ficou restrita ao *Twitter* e a ferramenta *Twitpic*, para postagem de fotos.

¹ O título traz um trocadilho com a peça original, na qual Julieta diz que a partida é uma dor tão doce (“*parting is such sweet sorrow*”), tendo a Royal Shakespeare Company trocado a palavra “*sweet*” por “*tweet*”.

No primeiro dia de *Twitter of the Shrew* foi postada a seguinte descrição: “Ato 1, cena 1. Pádua, um lugar público (você sabe, como o *Twitter*)²”. Esta postagem sugere o caráter informal e despreocupado da encenação virtual, ao fazer um comentário para além da peça em si. Essa simples postagem demonstra, também, a nítida consciência da companhia teatral da mídia que está usando, e seu ímpeto de compartilhar essa consciência com os espectadores. A companhia mostra não apenas que sua performance é inovadora por ocorrer no *microblog*, e que essa inovação é algo a ser reconhecido por ela própria, mas mostra também que tanto o local onde a história se passa (Pádua) quanto o meio no qual ela é contada (via *Twitter*) se assemelham no sentido de serem ambos públicos. Portanto, de modo inteligente e direto, a companhia sugere como a escolha da história que se passa em Pádua e a escolha da forma de encenar estão em possível harmonia.

Na conta de usuário criada, @Amway Shakes, é publicada a instrução, a cada dia, de quais personagens devem ser seguidos pelos espectadores, isto é, quem irá participar na elaboração da cena do dia, com publicação de *tweets*. A ideia é *facilitar* para os espectadores o acompanhamento da encenação, e veremos em breve como o público reage nesse sentido. Além da conta de usuário da própria companhia, para o devido funcionamento da performance foram criadas contas para cada um dos personagens principais. Estes personagens, como qualquer pessoa que cria uma conta de acesso ao *Twitter*, possuem um perfil público na página. O perfil apresenta tipicamente uma foto e uma breve descrição do usuário. No caso de Petrucchio, sua descrição diz: “eu vim para casar ricamente em Pádua. At. mulheres c/ muito \$\$\$, eu sou o cara”. Observa-se nesta descrição a informalidade do personagem, em alinhamento com a informalidade da própria mídia sendo usada, mas, igualmente importante, percebe-se também o resumo do caráter de Petrucchio. Em poucas palavras tem-se uma noção de quais são seus interesses e o que define suas motivações na vida. Parece que a ferramenta virtual utilizada para encenar a história incentiva essa “urgência” em contar e expor fatos que, na leitura da peça original, seriam mais lentamente elaborados.

Em relação ao uso da linguagem, os atores de *Twitter of the Shrew* não tem restrições para informalidade, reduções de palavras, abreviações, e até mesmo aproximação da palavra escrita ao seu som quando falada. Assim, alguns exemplos que podem ser encontrados facilmente nos *tweets* incluem “u” para dizer “you” (“você”), “iz” no lugar de “is” (“é, está”), o número 2 (“two”) substituindo a preposição “to” (“para”), “theez” como “these” (“estes, estas”), “ic” para dizer a expressão “I see” (eu vejo, eu entendo”), e “pleez” no lugar de “please” (“por favor”). Também há ocorrências de uso de letra minúscula onde gramaticalmente deveria se empregar a letra maiúscula (por exemplo, para a palavra “eu”, em inglês, “I” maiúsculo). Os personagens também se manifestam com uso de caixa alta, que, na “etiqueta da internet”, representa grito ou raiva, e empregam os conhecidos *emoticons*, normalmente em sorrisos como em :) e também para palavras, como no seguinte caso: “@Petrucchio now if u <3 me... stay.—” (Petrucchio diz: “agora, se você me ama, fique”), no qual o verbo amar é representado pelo *emoticon* <3.

² Todas traduções para português dos *tweets* das companhias são de minha responsabilidade.

De fato, em uma navegação normal no *microblog*, é esperado encontrar esse tipo de transformação na linguagem – assim como acontece corriqueiramente em mensagens de texto enviadas por celular, ou mesmo em e-mails, por exemplo. No entanto, o curioso no caso de *Twitter of the Shrew* é a mistura feita pelos atores dessa linguagem cibernética com linguagem tipicamente shakespeariana. O seguinte *tweet* ilustra esse ponto: “@Petruccio I WILL BE ANGRY!! what hast thou 2 do ???!” (Petruccio diz algo como “VOU FICAR COM RAIVA!! o que você deve fazer??!”). Além disso, também é curioso, e até mesmo questionável, a redução de complexidades de emoção e expressão, elegantemente elaboradas por Shakespeare, a simples abreviações e *emoticons*. Esses pontos são discutidos mais tarde, na apreciação geral das duas performances virtuais sob análise, uma vez que a criação da Royal Shakespeare Company também arrisca em termos de linguagem.

Além da linguagem como exemplo de inovação e riscos assumidos, mais coisas são reveladas através dos *tweets* dos personagens. Nestas pequenas mensagens percebe-se que os atores *microblogueiros* de *Twitter of the Shrew* tem (e demonstram ter) consciência da mídia usada. Catarina, por exemplo, diz ao seu pai: “não tuíte para mim, vou sentar e dormir até achar ocasião para vingança”. Outro aspecto interessante relevado pelos *tweets* é uma potencial aproximação com um texto de peça teatral pois, às vezes, a fala do personagem vem acompanhada de um gesto – exatamente como ocorre em textos teatrais, através de rubricas com direções de palco (“*stage directions*”). Uma ocorrência é ilustrada a seguir: “@Petruccio isso vou fazer ((*som de tapa!!!*))”, em um *tweet* que mostra a fala e a ação que deve acompanhar essa fala.

Partindo para a questão da visão que a companhia tem da audiência, no caso de *Twitter of the Shrew*, observa-se que a interação dos espectadores é limitada a apenas a conta de usuário da companhia. Assim, os espectadores não “interferem” nem respondem diretamente aos personagens ou, se o fazem, não recebem retorno por parte dos atores. Deste modo, pode-se dizer que a participação interativa da audiência é extremamente pequena em relação ao potencial que a mesma teria para ativamente participar da performance.

A empreitada da Amway Shakespeare Opportunity, pioneira e inovadora em juntar teatro e *Twitter*, foi recebida com relativo ceticismo e conservadorismo, da parte de críticos de teatro, e com entusiasmo porém ressalvas, da parte de usuários do *microblog*. Estudiosos de teatro relutaram em aceitar passivamente a simplificação da história (inevitável pelo próprio fato de somente 12 cenas terem sido encenadas), e também não endossaram a mutilação da linguagem e o caráter despreocupado e informal do projeto como um todo. Já os usuários do *Twitter* apoiaram a iniciativa, por sua ousadia e criatividade, bem como seu caráter ambicioso. No entanto, alguns comentários encontrados entre os *tweets* da conta de usuário da companhia mostram a dificuldade de acompanhar a história, tendo que perseguir os *tweets* na página de cada personagem. Outra crítica feita pelos tuiteiros era que a encenação parecia sem planejamento, como se estivesse, ainda, em fase de preparação. Por fim, houve o comentário de que, ironicamente, era mais fácil seguir o *newsfeed* da conta da companhia do que acompanhar cada personagem separadamente. Em sua defesa, a companhia argumentou que a performance era “rápida e suja, como o próprio Shakespeare fazia” – fazendo referência,

possivelmente, ao fato que Shakespeare e seus contemporâneos tinham um demanda muito grande para produzir várias peças em um curto período de tempo.

Uma dor tão tweet

Such Tweet Sorrow foi realizada em um período de seis semanas, entre abril e maio de 2010. Para a diretora artística da produção, Roxana Silbert (em reportagem de Mark Prigg), o trabalho resultou em uma visão renovada da peça, um entendimento completamente novo dos personagens envolvidos, e, acima de tudo, destacou-se o frenesi de ver uma histórica clássica e adorada revelar-se momento a momento, *tweet* por *tweet*.

A Royal Shakespeare Company, em parceria com a Mudlark, selecionou seis jovens atores de seu time para encarnarem os personagens *online* e, para divulgação do trabalho, foi criada uma página própria, <http://suchtweetsorrow.com>. Ao contrário de *Twitter of the Shrew*, que se valeu exclusivamente do *Twitter* através da conta de usuário da companhia responsável (à exceção do convite público no *Facebook*) para divulgação e explicações do projeto, a performance da Royal Shakespeare Company foi melhor sucedida em oferecer essa página virtual, uma vez que na mesma podem ser encontrados recursos que conectaram os *tweets* dos personagens e ordenaram a história, de modo a facilitar o acompanhamento. Era possível acessar uma espécie de diário, com os eventos de cada dia resumidos, e em outra seção podia-se acessar os *tweets* do dia, coletados e ordenados para leitura. Além disso, essa página oferecia um perfil em 3ª pessoa de cada personagem, de modo mais detalhado e informativo que o rápido perfil apresentado no próprio *Twitter*. Assim, em todos os sentidos, a criação deste *site* para divulgar e orientar sobre a performance foi eficaz e norteadora para os espectadores.

Além do próprio *Twitter* (com muito uso do *Twitpic* para compartilhar fotos, como também ocorreu com *Twitter of the Shrew*), e do *site* comentado acima, a produção da Royal Shakespeare Company também diversificou mais em termos de uso de outros canais virtuais. Foram usados o *Youtube* (extensivamente), o *site* de rádio *last.fm*, e o *Facebook*. O uso destas ferramentas foi feito para promover ilustrações de eventos da história e da caracterização dos personagens, além de proporcionar formas de interação com a audiência. Sobre a ilustração de eventos, por exemplo, há o vídeo de Julieta mostrando como é seu quarto, com destaque para a foto de sua falecida mãe. Sobre formas de interação com a audiência através de mídias adicionais, um exemplo é o convite no *Facebook* para a festa de aniversário de Julieta, que seria um baile de máscaras, na qual os usuários do *Facebook* e do *Twitter* são convidados a compartilharem suas experiências e fotos em festas a fantasia.

Ainda no que diz respeito às formas de interação com a audiência, percebe-se em *Such Tweet Sorrow* uma maior preocupação, em comparação com *Twitter of the Shrew*, em fazer os espectadores participarem ativamente do projeto. Tal preocupação foi desenvolvida com frequentes convites, perguntas e provocações feitas diretamente aos espectadores, leitores do

microblog. Como ilustração, em certo momento, Romeu é colocado de castigo, e seu amigo Mercúcio inicia uma legítima campanha chamada “*Free Romeo*” (“Romeu livre”), no *Twitter*, e pede aos seguidores que retuítam a causa para atingir o objetivo de libertar o amigo do castigo. Essa interação maior com os espectadores expande a dimensão da encenação virtual para além do controle dos seus idealizadores. Além disso, cabe lembrar as palavras do diretor artístico da companhia, Michael Boyd (em entrevista a Charlotte Newman), que diz que a companhia sempre quis unir em laços mais fortes seus atores e sua audiência, e aproximar esta última do bardo inglês.

Focando agora na questão do uso da linguagem, pode-se perceber que *Such Tweet Sorrow* intercala liberdades extremas com a linguagem com frases elaboradas com sutileza. A título de exemplo, temos, paralelamente, “@julietcap16 miiiiix milk and whiskey and you get... miskey orrrrr whilk... hahahahaha” e “@romeo_mo If thou regret'st thy Youth, why live?”. Enquanto Julieta faz “brincadeiras” com as sílabas das palavras (“miiiiisture leite e whisky e você terá... leiky ou whiste... hahahahaha”), Romeu se questiona por que viver, se há arrependimento da juventude. A esse ponto vale destacar que Julieta é caracterizada como mais jovem e imatura que Romeu, e talvez a linguagem usada seja uma forma de manifestar tal característica (além do que é dito nos perfis dos personagens, na página de divulgação fora do *microblog*).

Há ainda outras questões relevantes envolvendo a linguagem. Estas incluem abreviações típicas da linguagem cibernética, como ausência de apóstrofe em “*im*” para dizer “*I'm*” (“eu sou”), uso de “*OMG*” para dizer “*oh my God*” (“oh, meu Deus”), “*n*” para falar “*and*” (“e”), e “*gn*” no lugar de “*gonna*” (“ir”) – que por si já é informal. Os personagens desta produção *online* usam poucos *emoticons*, restringindo esse uso para variações de sorriso como em ;-) e :-P e de envio de beijos, através de “xxx”. De modo semelhante à Amway Shakespeare Opportunity, os atores da Royal Shakespeare Company usam caixa alta em momentos de tensão e raiva, e percebe-se claramente em *Such Tweet Sorrow* que a linguagem torna-se mais formal, menos abreviada e deturpada, a medida que se aproximam as cenas trágicas finais. Esse fato pode se dever simplesmente por uma crescente despreocupação, após mais de um mês de encenação *online*, com a caracterização inicial da linguagem para unir a performance ao seu meio de exibição. Por outro lado, talvez seja mais provável que a maior formalidade na linguagem próximo ao fim da performance se deva ao próprio teor mais sério das cenas finais.

A produção virtual de *Such Tweet Sorrow* teve maior visibilidade que *Twitter of the Shrew*. Isso pode ser resultado do fato de a Royal Shakespeare Company ser mais prestigiada e famosa que a Amway Shakespeare Opportunity, além de ter trabalhado mais amplamente suas estratégias de divulgação. De todo modo, como a performance tuitada pioneira, *Such Tweet Sorrow* também encontrou questionamento e conservadorismo por parte de estudiosos e admiradores de Shakespeare. Enquanto foi comum o discurso acerca da originalidade da performance tuitada, também foram recorrentes dúvidas sobre a “validade” do trabalho como uma adaptação de Shakespeare e, mais enfaticamente, críticas referentes ao uso da linguagem. Um dos comentários mais pertinentes feitos sugere que não parece ser uma boa combinação o

Twitter, uma rede social virtual de divulgação pública de informações, e uma peça como *Romeu e Julieta*, com tantos segredos e questões de dificuldades de comunicação em sua trama. Outra crítica recebida diz respeito ao fato de *tweets* tão curtos, limitados em número de caracteres, frequentemente “forçarem” os atores a narrarem fatos da trama, com pressa e descuido, pecando pela falta de ornamento e elaboração gradativa de expectativas e suspense.

Considerações finais

A seguir, comento rapidamente os principais pontos a serem aplaudidos nas criações aqui analisadas e, para finalizar, faço algumas ressalvas críticas das mesmas.

As duas performances virtuais, claramente, constituem-se em projetos pioneiros, ousados e criativos, e por esse único fato já são merecedoras de reconhecimento. Além disso, esses projetos atentam para o potencial da *internet*, uma mídia cada vez mais acessível a mais pessoas, e assim abrem precedentes para futuros experimentos semelhantes no que diz respeito a interações entre literatura, teatro e *internet*, considerando-se, além do escopo das próprias encenações *online*, a contribuição do uso de *chat*, fotos, vídeos, *tweets* e outras ferramentas na arte da literatura performada virtualmente. Também vale ressaltar a contribuição que as peças tuitadas trazem para o histórico de interpretações e adaptações de *A Megera Domada* e de *Romeu e Julieta*, iluminando as possibilidades de entendimento e apropriação dos textos. Essas peças clássicas são, no *Twitter*, renovadas, recontextualizadas, e postas ao alcance de um novo público. Outro ponto importante a ser destacado é que os trabalhos aqui discutidos contribuem para o conceito de performance virtual, um terreno ainda por ser explorado, no qual atores podem ser personagens, e ao mesmo tempo escritores, blogueiros, usuários do *Twitter*. Por fim, é extremamente relevante o fato de as peças virtuais (especialmente *Such Tweet Sorrow*) terem proporcionado o engajamento dos espectadores como participantes ativos da criação artística virtual, em uma novo entendimento da noção de criação coletiva.

Agora, em relação às principais críticas que devem ser apontadas, temos a frequente urgência em contar os fatos da peça, motivada pelo limite de caracteres e pela rápida velocidade da comunicação virtual de hoje em dia. Como normalmente os fatos da trama acabam sendo contados bruscamente, e não construídos e mostrados gradativamente, muitas vezes os *tweets* dos personagens se provam inverossímeis ou difíceis de acreditar, como se distantes de uma real comunicação. Outro ponto polêmico diz respeito à banalização da linguagem, pois a mesma acarretou em grandes perdas em termos de sutileza, suspense, ambiguidades, jogos de palavras e caracterização, entre outros, aspectos que no texto original de Shakespeare são não apenas cruciais como elaborados de modo único.

Como vemos, apesar de algumas ressalvas, são muitos os pontos positivos e de contribuição das empreitadas estudadas. Percebe-se que o encontro entre literatura, teatro e *Twitter* ainda exige (e certamente merece) maior refinamento de sua dinâmica, por ser um fenômeno tão recente. É, sem dúvida, um tipo de encontro que muito pode contribuir para

novos entendimentos de performance, criação coletiva com espectadores, e produção artística no século 21. Assim, a meu ver, a ideia desenvolvida pela Amway Shakespeare Opportunity e pela Royal Shakespeare Company é, sim, um exemplo a ser seguido – literalmente, no *Twitter*.

Referências:

AMWAY SHAKESPEARE OPPORTUNITY. **Perfil Twitter**, 2009. Disponível em: <<http://twitter.com/AmwayShakes>>. Acesso em 10 março 2012.

NEWMAN, Charlotte. **The bard goes digital: Such Tweet Sorrow**. Londres, 2010. Disponível em: <<http://www.newstatesman.com/blogs/cultural-capital/2010/04/performance-production>>. Acesso em 10 março 2012.

PRIGG, Mark. **RSC uses Twitter to ‘perform’ Romeo and Juliet scenes**. Londres, 2010. Disponível em: <<http://www.thisislondon.co.uk/standard/article-23823525-rsc-uses-twitter-to-perform-romeo-and-juliet-scenes.do>>. Acesso em 10 março 2012.

ROYAL SHAKESPEARE COMPANY. **Such Tweet Sorrow**. Londres, 2010. Disponível em: <www.suchtweetsorrow.com> . Acesso em 10 março 2012.

SUCH TWEET SORROW. **Perfil Twitter**, 2010. Disponível em: <http://twitter.com/such_tweet>. Acesso em 10 março 2012.