

Sons imagens e uma outra linguagem

Maria Rita Vieira Coelho¹

RESUMO:

Este título se propõe a construir um panorama da relação estabelecida entre os universos artístico e midiático que, neste *entre séculos*, vivencia as consequências de um modo de produção capitalista, agora global.

Palavras-chave: Arte; Mídia; Literatura

Parabolicamará
Antes mundo era pequeno
Porque Terra era grande
Hoje mundo é muito grande
Porque Terra é pequena
Do tamanho da antena
parabolicamará
Ê, volta do mundo, camará
Êê, mundo dá volta, camará
(Gilberto Gil)

Este título se propõe a construir um panorama da relação estabelecida entre os universos artístico e midiático, particularizada no cenário brasileiro que, neste *entre séculos*, vivencia as consequências de um modo de produção capitalista, agora global.

Para tanto, em princípio, se propõe a refazer, de forma breve, o caminho trilhado pelo capitalismo ocidental, identificando as mutações ocorridas em sua dinâmica, e em seguida detectar as relações dessas transformações com o campo da Arte, da Literatura e da Mídia, numa espécie de *recorte histórico cultural*.

¹ Maria Rita Vieira Coelho é Bacharel em Direito pela Universidade Federal de Ouro Preto e Mestranda em Literatura Brasileira e Teorias da Literatura pela Universidade Federal Fluminense.

A proposta pode ser amparada por uma gama quase que imensurável de publicações de estudos teóricos sobre o modelo econômico em questão, mas com a produção do historiador Eric Hobsbawm (2004) mantém-se a unidade da visão sobre processo histórico por qual passa o sistema que, no momento, explora não apenas as necessidades de sobrevivência do trabalhador, mas também as necessidades e vontades desencadeadas no consumidor.

Isto porque com as obras *A Era Das Revoluções* (2007) e *A Era Dos Impérios* (2003), o autor traça os momentos de ruptura definitiva e irretroatável com a cultura feudal, a edificação de uma modernidade, e o enraizamento do modelo da economia privada, marcados pela acumulação de riquezas, pela tomada do poder político e econômico por grupos burgueses europeus, pela dinamização da produção, propiciada pelo desenvolvimento técnico científico, pelo colonialismo nas Américas, África e Ásia, e pelo surgimento de uma classe oprimida, que incorpora a racionalidade moral prática, chamada de *proletariado*, e que em determinados momentos da história questiona e tenta, com algum sucesso, tomar, também pela força da revolução armada, o poder político e econômico.

É durante este percurso da história do capital que a racionalidade estético expressiva, representada pela classe letrada, intelectualizada e artística, perde, pela primeira vez desde a Antiguidade, poder e espaço para uma racionalidade cognitivo instrumental, formada pela classe de pesquisadores e cientistas, cujos trabalhos se voltam para uma tecnologia responsável pela aceleração e pela dinamização do processo de produção industrial.

Então, o fato maior do século XIX é a criação de uma economia global única, que atinge progressivamente as mais remotas paragens do mundo, uma rede cada vez mais densa de transações econômicas e movimentos de bens, dinheiro e pessoas ligando os países desenvolvidos entre si e ao mundo não desenvolvido. (HOBSBAWM, 2004, p. 95)

E é no fluxo de tais “transações econômicas e movimentos de bens, dinheiro e pessoas ligando os países desenvolvidos entre si e ao mundo não desenvolvido” que as Belas Artes também se revestirão do caráter globalizado.

Com *A Era Dos Extremos* (2004) chega-se ao momento propício para se focalizar a relação entre Arte e Mídia. Isto porque é durante a ocorrência de dois conflitos bélicos de proporções mundiais, caracterizados pela disputa imperialista por mercados de consumo e de matéria-prima, que se dá o surgimento do Rádio, na década de 1914, e da Televisão, na de 1945, correspondendo a um segundo momento de perda de prestígio e influência da classe artística e das Belas Letras, agora já denominada *Literatura*, para os recém-criados meios de comunicação de massa.

Tal período, denominado pelo historiador como “o breve século XX”, introduz a construção da atualidade e marca a ocorrência de um capitalismo globalizado e globalizante, voltado para uma categoria historicamente forjada por tal sistema econômico chamada de *mercado consumidor*, compondo uma sociedade marcada por uma cultura de exaltação do riso, da busca ininterrupta do prazer e do gozo, num tempo que pode ser identificável como o *século do excesso*.

A contemporaneidade brasileira, recebendo a influência de um *estado de coisas* produzido por um modelo globalizado de produção, é marcada por indivíduos que se encontram profusamente amontoados nos grandes centros urbanos de um país modernizado, convivendo com um contingente, tanto urbano quanto rural, exposto à pobreza imposta, à ignorância produzida e à opressão nas relações de trabalho, reduzidas a relações servis, representando um universo e quadro humano renegado, desamparado, entregue ao brutalismo do abandono de um país arcaico.

A despeito da contradição aparente, estamos todos eficientemente *cegos* e *cegados* pela ininterrupta disseminação

pelo poder de um discurso antropocêntrico, patriarcal, heterossexual, europeizado (ressaltando-se os tons norteamericanizados a partir do *breve século*) e imperialista, pesquisado por Michel Foucault (2006), prodigiosamente auxiliado pelas emanções luminosas dos meios de comunicação de massa com sua programação e suas propagandas publicitárias responsáveis pela formação de uma ideologia de consumo e por surtos consumistas numa sociedade cujo capitalismo se volta para o mercado consumidor, crescendo-se ao irreversível quadro o fenômeno tecnológico da internet.

E na realidade o apelo às massas sempre ficou sem resposta. Elas não irradiam, ao contrário absorvem toda a irradiação das constelações periféricas do Estado, da História, da Cultura, do Sentido. Elas são a inércia, a força da inércia, a força do neutro. (BAUDRILLARD, 1993, p. 9)

A vivência dos acontecimentos políticos e sociais e as manifestações culturais, também no Brasil, perdem a audiência, o envolvimento e importância para os programas de televisão que só têm dividida de forma significativa, mas momentânea, a atenção de seu público, em função das partidas futebolísticas, questão irrelevante, já que as mais importantes delas também são televisionadas.

Salas e espaços de teatro, de cinema, de exposições, de shows musicais, museus e bibliotecas públicas são frequentados por um grupo cada vez mais *seleto*, formado por uma minoria intelectualizada porque proveniente de tradicionais setores sociais que ainda têm significativo poder econômico, ou que já não têm poder econômico mas conservam uma significativa herança cultural da casta de origem, ou que não têm poder econômico mas conseguiram acesso a uma formação educacional de relativa qualidade e sabem se beneficiar das iniciativas, tanto públicas quanto privadas, em favor da Arte...

E nos subúrbios de cada tapera, barraco ou casebre, nos espaços planejados dos apartamentos ou nas confortáveis casas

de condomínios fechados, a *maioria silenciosa* da população brasileira, herdeira da *Revolução do BemEstar*, antenada com a cultura da maximização do consumo, é a principal espectadora da democratizada televisão brasileira, instaurando-se no país uma dimensão “trágica”, expressão recuperada por Raymond Williams (2002), no que tange à produção artístico literária.

O que se objetiva com esta abordagem não é concluir sobre uma possível inviabilização daquele tipo de produção, em função do fenômeno midiático, porque seria demasiado precipitado. O que ocorre é que o livro está incorporado no contexto da sociedade de consumo adquirindo também a dimensão de um *objeto de consumo*.

A função de comunicação de massas da publicidade não lhe advém dos conteúdos, dos modos de difusão e dos objectivos manifestos (econômicos e psicológicos) [...] mas decorre da própria lógica do meio autonomizado, quer dizer, não orienta para objetos reais, para o mundo concreto, para outro ponto de referência, mas de signo para signo, de objeto para objeto, de consumidor para consumidor. De igual modo, o livro torna-se meio de comunicação de massas se orientar o leitor individual para o conjunto de todos os leitores (a leitura não constitui então substância de sentido, mas puro e simples sinal de cumplicidade cultural), ou se o objeto/livro alude aos outros da mesma coleção, etc. (BAUDRILLARD, 1995, p. 131-2)

No contexto do final do século XX e do início do XXI, o que marca a tendência da produção literária é, exatamente, a qualidade de seus sujeitos que são um *autor massa* e um *leitor massa de best-sellers*.

Tampouco se pode ignorar a presença daqueles procedimentos-de-efeito na literatura que nos habituamos a considerar “cult”, e que vira assunto de resenhas críticas e até de teses universitárias. O brutalismo corrente na mídia entra na ficção contemporânea mediante uma concepção e uma prática hiper mimética do texto. E, na medida em que os diversos espaços sociais que a produzem e a consomem são descontínuos e heterogêneos, foram-se criando subconjuntos literários diferentes na temática, mas que tendem a ser homogêneos enquanto todos retomam a concepção hiper mimética da escrita. Surgiram, desde pelo menos os anos 70, uma literatura e uma crítica feminista, uma literatura e uma crítica de minorias étnicas [...], uma

literatura e uma crítica homossexual, uma literatura e uma crítica de adolescentes, ou de terceira idade, ou ecológica, ou terceiro-mundista, ou de favelados etc. etc. O que as diferencia é o público-alvo; o que as aproxima é o hipermimetismo, o qual, no regime da mercadoria em série, cedo ou tarde acaba virando convenção. (BOSI, 2002, p. 251)

Também não é o caso de se amparar a tese de uma interação entre a Arte, a Literatura e a Mídia, porque seria demasiado simplificado. O que pode ser sustentado é a consideração de que, na verdade, ocorreu, em função de um fenômeno social de massificação, a incorporação do discurso artístico ao midiático. O poder televisivo apropriou-se do discurso literário (que não encontrou saída a não ser a de *deixar-se apropriar*) mantendo a hegemonia de seu domínio de influência, que passa a contar agora também com potência transformadora da Arte.

Foi o que se deu com as criações e adaptações dos enredos, e mesmo de personagens, da literatura brasileira para as novelas, séries e minisséries ou propagandas publicitárias. A televisão brasileira, aqui entendida como padrão Organizações Globo de produção (que por sua vez comunga de um *padrão ideológico internacional*), adaptou a produção literária ao seu formato, não se propondo este texto, nesta oportunidade, apresentar uma relação, quer exemplificativa quer exaustiva, de tais criações e adaptações, porque seria demasiado extenso.

Mesmo quando se é considerada a existência de emissoras que se comprometem com a educação e com a cultura, como é o caso da TV Cultura, do Canal Futura (uma iniciativa da Fundação Roberto Marinho e da Rede Globo) ou do Canal Brasil, exemplos que apresentam uma programação de responsabilidade constatável, ou o caso da MTV Brasil, canal da TV paga, cujo conteúdo está voltado para o público predominantemente jovem, que interrompe sua programação temporariamente apresentando na tela o imperativo “Desligue a TV e vá ler um livro...” a ocupação com a leitura e a

preocupação com seu conteúdo, portanto com a escrita, têm sido excluídas do rol de necessidades da sociedade de massa, ideologicamente programada pelo discurso dos meios de comunicação. Consequentemente, em termos artísticos e literários, o panorama de calamidade intelectual e cultural está criado.

melhor informar, melhor socializar, elevar o nível cultural das massas, etc. Bobagens: as massas resistem escandalosamente a esse imperativo da comunicação racional. O que se lhes dá é sentido e elas querem espetáculo. Nenhuma força pôde convertê-las à seriedade dos conteúdos, nem mesmo à seriedade do código. (BAUDRILLARD, 1993, p. 14-5)

O que se pode verificar é que a Arte e a Literatura, inseridas no contexto da lógica do consumo, foram transformadas também em objetos mercadológicos, ganhando uma outra linguagem, perigosamente atraente, *palatável*, de dimensão sinestésica quase que completa por meio dos sons e imagens sincronizados na tevê, produzindo um efeito na comunicação que ofusca a potência da leitura e a percepção crítica de seu conteúdo, fenômeno que, pelo menos para o artista, parece ser demasiado trágico.

Televisão
A televisão me deixou burro
muito burro demais
agora todas coisas que eu penso
me parecem iguais
(Arnaldo Antunes, Marcelo
Frommer e Toni Belloto)

ABSTRACT:

That title intends to construct a panorama of the relation between the universe of the art and the universe of the media at the end of the last century and today, so it points the consequences of the global capitalist production now.

Key-Words: Art; Media; Literature

Referências:

BAKHTIN, Mikhail. Estética da Criação Verbal. Tradução de Paulo Bezerra. 4ª Edição. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BAUDRILLARD, Jean. A Sociedade de Consumo. Tradução de Artur Morão. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.

_____. Jean. À Sombra das Maiorias Silenciosas. O Fim Do Social Ou O Surgimento Das Massas. Tradução de Suely Bastos. 3ª Edição. São Paulo: Brasiliense, 1993.

BOSI, Alfredo. Literatura e Resistência. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

DIAS, Ângela Maria (org.). Nação e Mídia: Qual Brasil? Disponível em: <http://www.pacc.ufrj.br/ciec/pesquisas/p18_nacaoemidia.htm#topo> Acesso em: 15 de agosto de 2007.

FORBES, Jorge. Um Elogio do Excesso. Disponível em: <<http://www.culturamarcas.com.br>> Acesso em: 21 de junho de 2005.

FOUCAULT, Michel. A Ordem do Discurso. Tradução de Laura Fraga de Almeida. 13ª Edição. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

HOBBSAWM, Eric J. A Era dos Extremos – O Breve Século XX: 1914 - 1991. Tradução de Marcos Santarrita. 2ª Edição. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

_____. Eric J. A Era dos Impérios – 1875 - 1914. Tradução de Sieni Maria Campos e Yolanda Steidel de Toledo. 3ª Edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003.

_____. Eric J. A Era das Revoluções 1789 - 1848. Tradução de Maria L. Teixeira e Marcos Penchel. 24ª Edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2007.

MORAIS, Fernando. Na Toca dos Leões. A história da W/Brasil, uma das agências de propaganda mais premiadas do mundo. São Paulo: Planeta do Brasil, 2005.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Conhecimento prudente para uma vida decente: Um discurso sobre as ciências revisitado. São Paulo: Cortês, 2004.

SCHOLZ, Roswitha. O Regresso do Jorge. Notas sobre a cristianização do espírito do tempo pós-moderno e sua viragem para o decisionismo autoritário. Disponível em: <<http://obeco.planetaclix.pt/roswita-scholz5.htm>> Acesso em: 13 de maio de 2007.

WILLIAMS, Raymond. Tragédia Moderna. Tradução de Betina Bischof. São Paulo: Cosac & Naif, 2002.