

Significação

ISSN 1516-4330

Novembro 2002

18



Universidade
Tuiuti
do Paraná



Centro de Pesquisa em
Poética da Imagem

Sígnificacão

revista brasileira de semiótica

Sígnificacão

revista brasileira de semiótica - novembro 2002 18

Comissão Editorial

Eduardo Peñuela Cañizal
Eric Landowski
Etienne Samain
Kati Eliana Caetano
Maria de Lourdes Ortiz Gaudin Baldan
Muniz Sodré

Conselho Científico

Adilson José Ruiz
Etienne Samain
Eugênio Trivinho
Gilberto Prado
Ismail Xavier
Janete El Haouli
Javier Herrera
Jeanne Marie de Freitas
José Luiz Aidar
José Manuel Pérez Tornero
Julieta Haidar
Maria de Fátima Tálamo
Mauro Wilton de Sousa
Mayra Rodrigues Gomes
Muniz Sodré
Norval Baitello Junior
Wilson Gomes



Centro de Pesquisa em
Poética da Imagem

Editores

Eduardo Peñuela Cañizal
Geraldo Carlos do Nascimento

Coordenação Editorial

Sandra Fischer

Capa

Lyara Apostólico

Assistente Editorial

Elisabeth Lavalle Farah Silva

Diagramação e Editoração Eletrônica

Haydée Silva Guibor

Revisão

Sebastião Cherubim



Universidade
Tuiuti
do Paraná


ANNABLUME

**Centro de Pesquisa em Poética da Imagem / CEPPI
CTR-ECA/USP**

Eduardo Peñuela Cañizal (Coordenador)

Apoio

Universidade Tuiuti do Paraná

Agradecimento

Aos pareceristas que colaboraram com este número

SIGNIFICAÇÃO - REVISTA BRASILEIRA DE SEMIÓTICA
é uma publicação do Centro de Pesquisa em
Poética da Imagem / CEPPI
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443 - CTR
CEP 05508-900 - Cidade Universitária
São Paulo - SP - Brasil



Conselho Editorial

Eduardo Peñuela Cañizal
Norval Baitello Junior
Maria Odila Leite da Silva Dias
Gilberto Mendonça Teles
Maria de Lourdes Sekeff
Cecília Almeida Salles
Pedro Jacobi
Gilberto Pinheiro Passos
Eduardo Alcântara de Vasconcellos

Coordenação editorial

Joaquim Antonio Pereira

impressão: julho de 2002

ANNABLUME editora . comunicação

Rua Padre Carvalho, 275 . Pinheiros
05427-100 . São Paulo . SP . Brasil
Tel. e Fax: 11 3812-6764 . Televidas: 3031-9727
<http://www.annablume.com.br>

Sumário

- 07 Apresentação
- 09 O signo sem sentido
LUCRÉCIA D'ALESSIO FERRARA
- 25 A criação intertextual nos processos mediáticos
ANNA MARIA BALOGH
- 43 Sebastião Salgado - a geometrização como recurso
argumentativo
TIEKO YAMAGUCHI MIYAZAKI
- 59 Publicidade e mito
MALENA SEGURA CONTRERA
- 89 Gabriel Valansi - neoliberal nights in Buenos Aires
DAVID WILLIAM FOSTER
- 115 A integração das artes e a pós-modernidade
VERA BONNEMASOU
- 125 Jogos eletrônicos - por uma semiótica passional
MARIA VIRGÍNIA MORAES DE ARANA
- 145 Adolfo Celi, um olhar para dois mundos
ALESSANDRA VANNUCCI
- 169 Autoimagem marginal - uma manifestação semiótica da
representatividade feminina
LUCIANA BERLEZE
- 183 Exposolidária 2002 - a construção de sentido na publicidade
DANIELE PEREIRA DA SILVA
- 195 Normas para publicação

Apresentação

Os trabalhos que integram este número abordam, segundo perspectivas teóricas diferentes, objetos de interesse no campo de estudos da cultura, da mídia e das tendências atuais da semiótica comprometida com o universo das paixões e do sensível. Os editores, mantendo o caráter interdisciplinar da Revista, selecionaram, dentre os trabalhos aprovados pelos assessores, aqueles cujos conteúdos sobredeterminam, de algum modo, pontos de intersecção a partir dos quais o leitor poderá vivenciar as contingências desse diálogo oculto mantido pelos resultados de pesquisas que, através da palavra impressa, se inserem nesse ato de comunicação em que idéias diversas conquistam a fugaz condição de conviver, embora sujeitas às escravidões da linearidade, com o encanto discreto do contato. Os índices da velocidade que se instalam num desenho de moda produzido pela tecnologia digital podem, muito bem, dialogar, valendo-se de suas significações mais peculiares, com imagens mecânicas produzidas por fotógrafos que assumiram o compromisso, no Brasil e na Argentina, por exemplo, de lidar com esse outro lado de contextos sociais em que o tempo da marginalização ou da opressão condensa seu letargo de injustiças. Além disso, as inconseqüências lúdicas da intertextualidade parecem escolher seus lugares de encontro nos emaranhados da televisão ou, então, projetar sua disfarçada propensão melodramática nas trapaças passionais dos jogos eletrônicos. No labirinto das múltiplas vivências de que tratam os escritos aqui reunidos, é possível, também, encontrar situações em que a memória de uma personalidade relevante no âmbito do cinema nacional deixe vestígios de sua presença que o passar dos anos mitifica ou, em sentido inverso, constatar que não há nenhuma atividade do fazer publicitário da nossa sociedade em que não se deparem reminiscências de uma irradiação mítica. Enfim, as trilhas que permitem o entrecruzamento das idéias que circulam nas páginas deste número da *Significação* são muitas e os responsáveis pela formulação dessas idéias pertencem, como nos

números anteriores da revista, a instituições diversas, permanecendo também a peculiaridade de congregar pesquisadores já consagrados e estudantes de graduação e pós-graduação que, de maneira promissora, iniciam o percurso de quem se sente firmemente atraído pelos rituais da academia.

Os Editores

O signo sem sentido

LUCRECIA D'ALESSIO FERRARA
Universidade Tuiuti do Paraná/UTP

Resumo

Este artigo estuda a profunda transformação perceptiva que decorre da Revolução Industrial mecânica até a digital. Neste território analisa várias modalidades do Desenho Industrial (o desenho do objeto, a moda e o desenho têxtil) e demonstra a evolução que vai do valor de uso ao valor de troca (K. Marx) até a emergência de um valor de posse que se desenvolve até um valor de seleção da informação na caracterização de distintas relações comunicativas e culturais.

Palavras-chave

comunicação/informação, moda, *design*, cultura

Abstract

This article study the deep perception transformation build by the mechanical Industrial Revolution to the digital midia. In this field it analyse many examples of the industrial design (product design, fashion and textile design) and show the evolution of the use value to the change value (K. Marx) until the emergence of a kind of amass value and a informational selection value to define other cultural and communicative relation.

Key words

communication/information, fashion, design, culture

Sinergia cultural

Do estilista ao *designer*, da moda à tecnologia têxtil é de *design* que se trata e, por isso, talvez haja sentido em refletir sobre alguns aspectos culturais que configuram a essência da atividade.

O *design* não se explica com clareza, seu campo não se define com nitidez e a ambigüidade o caracteriza, pois se trata de uma prática que se relaciona com vários tipos da atividade humana. Essa constatação se justifica historicamente, porém não é preciso percorrer a história do desenho industrial, mas apenas, considerar aspectos culturais que são relevantes.

O desenho industrial está intensamente marcado pela revolução tecnológica, econômica, social e cultural que assinalou o mundo ocidental desde a segunda metade do século 18 quando James Watt (1769) aperfeiçoou a máquina a vapor. O novo elemento foi capaz de impulsionar o desenvolvimento da fiação manual e artesanal do algodão para a tecelagem manufaturada através de máquinas e da indústria pesada voltada para a mineração e para a metalurgia. Tinha início a Revolução Industrial mecânica.

Ora, a história da humanidade nos mostra que sempre que a tecnologia altera o modo de produção, desenvolvem-se novos valores, comportamentos e cotidianos. As tecnologias afetam as maneiras como pensamos e como agimos: se os meios de produção caracterizam a História Econômica, o domínio de um meio técnico caracteriza a História Social.

Nessa dinâmica, se o capitalismo se define pela emergência do capital e da máquina que permitiram o desenvolvimento de

dicotomias como o patrão e o operário, o salário e o lucro; o mundo eletroeletrônico assinalou o domínio da imagem, da comunicação de massa e da sinestesia entre imagem, som e movimento e a tecnologia digital caracteriza a interconexão comunicativa, a simultaneidade e conseqüente compressão do tempo e do espaço e a mudança, não só rápida, mas sobretudo, definitiva e inexorável.

Desde tempos imemoriais, o artesanato caracterizou as sociedades pré-industriais e marcou-se pela produção de objetos, de um lado, indispensáveis à vida cotidiana e, de outro, criadores de valores, de crenças e de sociabilidades. Com o advento da Revolução Industrial Mecânica no século 18 e seu posterior desenvolvimento, temos a emergência de características produtivas relacionadas ao Desenho Industrial. Trata-se da racionalidade, do planejamento e do controle que estabelecem a lógica de transformação material e da reprodução em série e em montagem tecnológica.

Essas características tornam-se mais complexas quando, como decorrência da produção industrial acelerada, surge, na década de 40 do século 20, a necessidade de estimular a outra face da produção, ou seja, surge o consumo com seus derivados caracterizados pelo mercado e a publicidade: era necessário consumir para produzir e produzir para sobreviver.

Na correlação entre arte/desenho/produção/consumo temos, como decorrência, a possibilidade de atingir uma definição chave: *design é a atividade que transforma a tecnologia no produto e, como informação, é capaz de atrair a percepção e construir a persuasão e o consumo*. Pela sua proposta criativa, o design constitui apoio para a célebre lei da oferta e da procura.

Na complexa relação entre arte e desenho; artesanato e tecnologia, objeto único e reprodutibilidade em série e em massa, produção e consumo, oferta e mercado, qualidade e persuasão surge a noção básica que coordena a atmosfera cultural dos nossos dias: sinergia.

Da sua etimologia grega (*synergía*) a palavra sinergia conserva o sentido de cooperação, ou seja, de um lado, o esforço combinado de vários organismos para a realização de uma função e, de outro, a associação simultânea de fatores que contribuem para uma ação coordenada. Sinergia propõe a contaminação entre ação e fun-

ção, porém, no mundo da automação digital, essa relação deixa de ser linear para ser simultânea e, sobretudo, rápida. Estabelece-se um outro dispositivo cultural: tudo interage e todos se comunicam coletivamente. Essa interação entre propriedades em relação caracteriza a dinâmica produtiva atual exige uma outra forma de estudar os fenômenos. Porém, para entender a dinâmica cultural e social que atinge o Desenho Industrial dos nossos dias é necessário delinear a estrutura daquela sinergia e discriminar os elementos que a compõem.

Da arte à tecnologia

Walter Benjamin, filósofo alemão e um dos maiores intérpretes da cultura contemporânea, que se suicidou em 1940 em Port Bou quando tentava atravessar os Pirineus para chegar à Espanha fugindo do regime nazista e da perseguição étnica, publicou, em 1936, um artigo célebre que não pode ser esquecido pela fundamental compreensão da relação que se estabelece entre a arte e a tecnologia industrial ou da passagem do mundo artesanal para a produção em série e reprodução em massa. Esse artigo, “A obra de arte na época da sua reprodutibilidade técnica”, deve ser constantemente retomado se quisermos entender o impacto cultural patrocinado pela revolução industrial da sua dimensão mecânica à eletrônica até à automação digital.

A passagem da qualidade do produto artesanal à quantidade da produção industrial encobre uma intensa revolução cultural que supõe a substituição do único modelado manualmente para o múltiplo funcional e anônimo. Além disso, supõe a passagem da produção de características religiosas e míticas onde se edificavam cate-drais, esculpiam-se imagens de deuses e pintavam-se cenas religiosas que ornamentavam as paredes de igrejas, capelas e castelos para atingir a atmosfera da fábrica que marcou o desenvolvimento da concentração populacional em cidades e a emergência das metrópoles dos nossos dias. Embora esses fenômenos sejam distintos, do ponto de vista cultural é possível relacionar a arte e a indústria, assim como aproximar o artista e o desenhista industrial, embora seja necessário enfatizar que, se a arte privilegia a percepção e a contemplação, a indústria seleciona o produto e a produção.

Da arte religiosa à indústria temos uma passagem radical, mas de prudente lentidão que caracteriza a substituição daquela contemplação pela utilidade, do culto religioso pela função pragmática.

A realidade econômica, social, cultural e tecnológica que vinha sendo intensamente concebida desde a segunda metade do século 18, intensifica-se no século 19 com a invenção da fotografia (1839) e adquire cores definitivas nos anos posteriores à primeira grande guerra com a emergência do que se convencionou chamar de “época do funcionalismo” (Argan, 1993, p. 236) Ao desenhista industrial cabia a tarefa de explorar a tecnologia mecânica disponível para produzir a melhor qualidade com o menor desgaste de energia mecânica, material e humana e, para essa economia, havia a proposta de um só fator: a função.

A qualidade funcional resgata o cotidiano e lhe permite modelar a forma e o uso do produto e, sobretudo, superar o caráter contemplativo da arte para, de modo utilitário, permitir que a forma seja conduzida pela função e assinale um programa de recepção mecânica e rotineira.

Porém, na dinâmica industrial da montagem em série, o avanço da tecnologia dos materiais e seus procedimentos condenam os produtos a uma superação incontrolável. Desse modo, a história do desenho industrial já nasce atemporal porque não chega a marcar época: se o progresso tecnológico envolve a produção, a eficiência funcional é tragada pela forma que, por sua vez, cede ao mercado e à persuasão publicitária do consumo.

Do uso à troca

Da função à forma, da produção ao consumo e ao mercado, do possível tecnologicamente ao aceitável publicamente, escreve-se uma história de transformação da cultura e dos seus valores: uma intensa e rápida história que percorre estágios que vão do valor de uso funcional ao valor de troca comercial, da posse à seleção do objeto e o mundo da produção industrial passa a ser caracterizado pela relação comunicativa entre produção e consumo que encontra no objeto seu elemento de mediação e de linguagem. Nesse percur-

so, o desenhista industrial cede seu espaço ao designer, isto é, o desenho industrial supera o uso funcional e se transforma no design que incorpora à competência técnica, a dimensão cultural que alia, à informação de outros usos, a sugestão comunicativa de outros valores. Precisamos entender a gênese e as características de cada um desses momentos.

No mundo capitalista, a mercadoria se divide em duas categorias divergentes: o valor de uso e o valor de troca. Se o valor de uso estabelece a relação entre o proprietário dos meios de produção e o operário que é o agente produtor, o valor de troca procura salvar a produção através do consumo, porém ambos, valor de uso e de troca, se encontram e desafiam no espaço do mercado onde “*a lógica do produtor procura a massificação do valor de troca e a lógica do consumidor procura a valorização do uso.*” (Ferrara, 1993, p.194) Estimula-se a compra para criar efetivas condições para a dinâmica produtiva e, nessa estratégia, a forma e as qualidades visuais do produto desenvolvem importante papel, porque se o valor de troca ensinou a consumir, não tardou para que ele fosse substituído pelo apelo que o distingue. Surge o valor de posse e passa-se a consumir não somente o produto, mas a griffe, a embalagem, o visual. Na passagem do valor de troca para o valor de posse percebe-se que, estranha e paradoxalmente, procura-se, na série, o único, o original, o exclusivo de marca que caracteriza a notabilidade da exibição que confirma a posse e retorna-se aos pressupostos que caracterizavam o culto artístico. Cria-se, assim, uma cadeia de substituições ou de metamorfoses do objeto, da série e da reproduzibilidade: o valor de uso, de troca e de posse.

Porém, o desenvolvimento inesgotável e acelerado da indústria e dos processos produtivos sob o impacto da eletrônica e da automação digital e, sobretudo, a crescente crise econômica e produtiva dos anos 70 do século 20 leva o consumo a desenvolver outros paradigmas e, dessa vez, é a informação divulgada em massa pelos veículos de comunicação interativos que estabelece para o consumidor outros padrões de exigência e, agora, é necessário estar informado, para observar e saber comprar. Agora, o consumidor não só compara, mas aprende a comprar: a lei da procura e a compara-

ção impõem-se sobre a lógica do mercado e da oferta e o produto incorpora, à função utilitária, a informação sobre materiais, tecnologias, comportamentos, valores.

O valor de posse é substituído pelo valor de seleção e se reinventa um valor de uso de outras dimensões, mais pragmático e realista, porque operado por um usuário capaz de diversificar suas necessidades e apto a processar a informação que lhe vem das próprias características básicas do desenho industrial (Ferrara, 1993, p. 198).

A moda como comunicação da dinâmica industrial: da série à massa

A moda tem uma estranha trajetória paralela à do design. Ambos são sistemas culturais e estruturas de usos e valores marcados pelo cotidiano existencial que caracteriza formas de vida econômica e estético-cultural que circulam pela sociedade e em relação às quais é possível destacar e distinguir marcas, sinais ou índices particulares. Se, para a produção industrial, o design permite distinguir a produção em série e a informação de outros valores que se incorporam ao cotidiano; a moda corresponde àquela diferença que permite criar, na série, elementos de distinção que produzem estruturas de representação e de significação capazes de definir uma posição e, sobretudo, de induzir um valor através da imagem: o vestir-se diz quem sou e aquilo que quero que pensem de mim e, isto, vai muito além da simples proteção, do ornamento ou da embalagem do corpo. A moda não é apenas aquilo que se veste, mas aquilo que mulheres e homens mostram, comunicam, olham e lêem. Assim, a moda é viva e dinâmica e nessa característica aproxima-se do design que oferece, na produção em série, a possibilidade de uma informação funcional, produtiva e estética. Estabelece-se, portanto, entre design e moda uma sinergia, uma complexa operação de integração de procedimentos e de significados que faz com que um se compare ao outro e é possível estudá-los de modo coordenado.

Enquanto design, a moderna dimensão da moda surge exatamente no momento de inflexão que marca a passagem do valor de troca para o valor de posse e depois ao de seleção e leva a estabelecer uma distinção entre o estar na moda e o vestir-se que redimensiona uma outra maneira de pensar a produção em série e a construção massiva de um valor. Explicando.

Conforme Barthes(1967) e Simmel(1988) em obras antológicas, a moda é uma realidade institucional e social que estabelece normas independentes do indivíduo na sua singularidade. Desse modo, a moda é um registro sensível que assume o caráter de documento social da história que pode ser estudada através da evolução de estilos, tendências e práticas que caracterizam e distinguem valores e usos sociais do domínio público ao privado. Porém, nesse percurso, a moda está sujeita ao constante ultrapassar-se, ao seu declínio. Ao contrário, o vestir é a realidade através da qual o indivíduo pode apropriar-se do que está na moda para traduzi-lo ou para transforma-lo e, com isso, acabar por modificar ou mascarar a série. Para que o indivíduo se distinga da massa é necessário que, embora aderindo à produção em série, ele construa, paradoxalmente, um valor original, capaz de inovar. Há, portanto, entre a moda e o vestir uma tensão, um conflito que será intensificado ao mesmo tempo em que, na evolução da produção ao consumo em suas várias dimensões, caminhamos do valor de troca para o de seleção esbarrando no eixo deles com aquele ponto de inflexão que se define através do valor de posse.

A passagem do valor de troca para o de seleção supõe criar uma estratégia capaz de produzir, nas várias formas de repetição da moda como arte de massa, uma dialética entre o novo e o velho, entre a repetição e o original; porém o que interessa não é tanto a variação, mas a necessidade de mudança dentro de um esquema básico. Portanto, a mesma inflexão produtiva e estética que marca a passagem do valor de troca para o de posse e permite a emergência do designer nas sombras do desenhista industrial, pode ser encontrado entre a moda enquanto série pronta para o consumo e a moda como vestir de modo singular utilizando a série. Esse paralelismo vai se acentuar ao mesmo tempo em que a produção industrial fun-

cional passa a ceder espaço para a tecnologia que informa ao propor rápida troca de valores.

Se enquanto valor de uso, a moda atendia às funções humanas básicas de proteção e agasalho, enquanto valor de troca, ela utiliza farto apelo visual e, mais do que nunca, é um código institucional e coercitivo a fim de produzir um envolvimento persuasivo capaz de gerar consumo e acumulação. Ao contrário, a passagem da troca à posse faz com que a moda abandone seu caráter normativo para transformar-se em apelo decorativo que exacerba o visual para atingir uma dimensão espetacular que cria uma história, uma fabulação comunicativa que estabelece posturas, ergonomias, trocas que confundem o industrial com o artesanal, o erótico e o recatado, o masculino e o feminino, o vestido e o despido, o formal e o informal, o insinuante e o ingênuo, o civilizado e o selvagem. Nessa dinâmica surgem as formas estruturadas ou geométricas, a verticalidade e a ampliação horizontal da figura, a seda e a renda como estereótipos da moda para datas e lugares, reforçam-se cores, sexualidade e exposição. O significado do vestir omite-se ante o apelo visual, sedutor e espetacular do significante e da forma (Baudrillard, 1989, p.55 e segs). A sedução caracteriza a moda do valor de posse e, nessa dimensão, ela é feminina, mesmo que se destine ao masculino.

Na posse, a moda é um imperativo e estabelece de modo descartável, o *in* e o *out*, o estar na moda ou estar fora de moda e vende ao consumidor a imagem desejada e imaginária dele mesmo feito produto e mercadoria. Desse modo, consumo, sucesso, autoestima tecem uma complicada relação de fenômenos que se misturam e são difíceis de distinguir. Por exacerbar a sensibilidade chega-se a uma espécie de anestesia perceptiva que torna uniformes a invenção estética, a fruição do gosto e a oferta do mercado.

Essa fabulação espetacular é programada e se nutre de vários elementos. Assim a fotografia e os insinuantes textos da moda sustentam e preparam a exibição nos desfiles e nas passarelas. A harmonia simulada ou não entre moda e arte, é montada de tal maneira que o mercado é capaz de ignorar a produção em série e a linha de montagem e criar a ilusão do modelo único que recupera o valor mítico e singular da obra de arte. Os estilistas e seus modelos inva-

dem os grandes e notáveis museus do mundo, como é o caso do Metropolitan de Nova York que, na década de 90, abriu suas portas para expor à visitação pública as coleções de Gianni Versace. Os figurinos com suas griffes são reforçados e divulgados pelos acessórios que são tão notáveis como os próprios modelos exclusivos e, nessa operação, invadem também o espaço que passa a ser um outro acessório igualmente assinado, ostentam o nome do estilista e seus estereótipos, cores e formas que vão do asséptico branco até o bizarro e o exótico ou, até mesmo, à própria excentricidade visual da imagem do estilista que atua como apelo publicitário da mercadoria que produz e vende. Na mesma linha de observação, não é difícil encontrar parcerias entre artistas plásticos de renome que se associam a estilistas para criarem um plano comum de assédio visual e mútua impregnação criativa, cita-se, como exemplo, o próprio Versace que se associou a Andy Warhol e reproduziu, em um modelo, a célebre obra de Warhol com a reprodução de fotos de Marilyn Monroe ou o caso de Courrèges que, na década de 60, assimilou nos tecidos e no corte dos seus modelos o abstracionismo geométrico de Mondrian; assim reproduzem-se e duplicam-se a arte e a moda. Esta programação pode ser observada em vários exemplos, porém nos casos citados, salienta-se que nada é espontâneo, tudo é planejado e programado para criar uma arte de ocasião e pronta para ser exibida no espetáculo. A sedução e a exponibilidade são as características básicas da moda como valor de posse, assim como a acumulação e a descartabilidade caracterizam o produto industrial que lhe corresponde.

Sinergia e integração: o novo consumidor

Porém, se a tecnologia e a crise econômica e social dos anos 70 marcaram a passagem do valor de posse para o valor de seleção, a moda como espetáculo e apelo visual atinge seu ápice no final dos anos 70 e a década de 80 é invadida pelo paroxismo produtivo que precisa pensar em tudo, do corte à venda, da produção à reprodução, à embalagem, à programação visual e à distribuição e, sobretudo, considerar a não moda ou àquele estilo vazio feito para todas as

ocasiões que incorpora a constante mudança, visto que, agora, a moda já não pode esperar até tornar-se norma ou estilo. Estamos em um momento histórico e tecnológico marcado pela rapidez e pela mudança, o mercado precisa ser flexível e ao designer cabe ser previdente e sensível às oscilações do momento para produzir com mais agilidade a fim de adiantar-se à mudança.

O consumidor anterior passa por profunda transformação: é proprioceptivo e está atento ao próprio corpo, por isso, é capaz de receber estímulos e alertas que precisam ser respondidos através de uma ação que seleciona ofertas que considerem sua individualidade e suas necessidades. Mais do que nunca, trabalha-se em linha de montagem e em série para alcançar não o produto ou o consumo inespecífico, mas o consumidor que se transforma em prossumidor em expressão de Alvin Toffler (1980, p. 266) e preenche o momento crítico entre a produção e o consumo.

Se para o valor de troca a quantidade do produto fabricado em série era a qualidade e, se para o valor de posse, a qualidade estava na quantidade de produtos acumulados e descartáveis, para o valor de seleção, a quantidade está na oferta que exige a seleção da qualidade do produto. A antiga e vital atuação de *marketing* apoiado na persuasão da publicidade sedutora é reformulada e a oferta é invadida por um outro valor: comparação entre produtos e possibilidade de escolha.

A interdependência produção/consumo assinalou todas as estratégias de *marketing* e de publicidade do século 20, nas décadas de 40 a 70, dominadas por uma cultura de compromisso com o produtor à testa do processo; porém, na década de 90, temos uma cultura dirigida pelo consumidor e vem à luz o *ciberdesign* calibrado e flexionado pelos processos interativos (Kerckove, 1997, p. 136) que se comunicam entre estruturas produtivas, entre mercados globais e locais e, sobretudo, entre consumidores. A competição é a tônica do momento e revela a simplicidade da lógica apoiada na lei da oferta e da procura.

Nesse torvelinho produtivo, tecnológico e, sobretudo, imaginativo, o estilista cede seu espaço à confecção, o produto único, acumulado e descartável é substituído pelo básico componível com

claras marcas individuais. A moda que hoje já podemos rotular de antiga sofre densa e rápida mudança e seu mercado, agora, não é mais o global a ser atingido pelo fluxo de exportação, mas o consumidor interno, local, emergente e promissor, porém mais exigente porque suas condições econômicas não lhe permitem aderir ao descartável. A marca da nova moda é multiplicar para diversificar com funcional individualidade, pois o consumidor aprendeu a selecionar e a combinar. Redesenha-se com flexibilidade o mercado e o consumo, o endereço exclusivo do estilista é substituído pelas lojas de departamento e pelos shoppings onde tudo está disponível, mas misturado. A sagacidade do consumidor deve comparar e escolher. Substitui-se o distante apelo visual das passarelas pela proximidade sensível do tátil, intenso e envolvente que permite à moda encontrar-se com o design têxtil.

Ao contrário do que parece comum imaginar, o *design* têxtil é mais tátil do que visual e plástico e não se contenta com o apelo decorativo do desenho figurativo ou geométrico e se desenvolve entre a produção e o tecnológico, entre a moda e a inovação; misturam-se visualidade e tatilidade, ou melhor, o que se percebe no olhar emerge no tato. Nessa sinergia, moda e design se encontram para produzir uma mídia comunicativa mais sugestiva do que persuasiva: agora, o consumidor escolhe o que lhe é próprio e, de modo interativo, observa a moda que continua a propor, mas que é frágil enquanto estilo, pois já não há tempo para a construção de normas ou valores para o vestir. O corpo parece valer mais do que a moda.

Na sinergia *design* têxtil e moda, o *designer* propõe, com indispensável antecedência, alternativas visuais, táteis, técnicas, olfativas ou térmicas para produzir e multiplicar funções, associações ou combinações que são valorizadas e exploradas pela moda. Fortalece-se, portanto, a oferta não de produtos, mas de alternativas que vão da tecnologia à seleção informativa através de uma dimensão mais crítica do consumo. É possível pensar em uma tendência da moda que se apóia no vestir e se adapta ao indivíduo como realidade ergonômica, social, econômica e cultural. Estamos no território do design onde o estilista e o designer trabalham em um sistema de combinações onde tudo se concentra e se agrega em sinergia.

Porém, essa relação comunicativa é complexa porque deve equilibrar originalidade singular com reprodutibilidade serial: estabelece-se uma regularidade entre reprodução e inovação em ritmo de controlada lentidão para poder ser seguido, mas suficientemente veloz para modular o equilíbrio do mercado entre a oferta e a demanda, entre regularidades e distinções sociais e econômicas.

Nessa complexidade, é curioso analisar o caso do *jeans*. Inspirado em um design têxtil de cor padrão em trama rude e na combinação entre aparência artesanal com durabilidade e custo possível para um consumidor banal; surge uma antimoda descontraída, jovem e sem preconceitos que, difundida (é originária da Itália /Gênova) nos Estados Unidos definiu, ao mesmo tempo, um modo de vida – American Way of Life – e marcou um estilo de moda que no seu redesenho do artesanal, permanece com durabilidade e é reconhecido sem ter nenhum dos requisitos tradicionais da moda. Opondo-se aos padrões recorrentes daquilo que a história havia consagrado como moda formal e desenhada, o jeans produz-se e reproduz-se. Ao sabor dos materiais contemporâneos, naturais, sintéticos ou híbridos e decorrentes de tecnologias que misturam novas texturas, fibras, fios naturais ou não, cores em matizes de azul, a moda em jeans desaparece como espetáculo visual, para ressurgir como tatilidade que ensina a ver: vê-se com as mãos e os sentidos aprendem uns com os outros.

Esse aprendizado faz o consumidor rever seu padrão de moda e, mais do que nunca, ele produz sua tendência individual através das seleções descontraídas e espontâneas; ainda que se saiba que mesmo essa alternativa é passível de ser reproduzida pela engenhosidade do mercado e pode ser transformada em um outro padrão da moda.

As últimas décadas do século 20 ensinam, para o cenário dos dias atuais, que a simbiose tecnologia e *design* têxtil oferece à moda uma alternativa que se adapta ao usuário trocando com ele informações térmicas, olfativas e ergonômicas e essa alternativa é vital para o desenvolvimento de um fazer produtivo que exige o redesenho da cultura do que seja a moda e, sobretudo do que é o público consumidor. Mais do que nunca, a moda é produzida em

série para um público que deseja ser selecionado e, mais do que isso, ser individualizado. Estamos na lógica do valor de seleção e a nova moda necessita decodificar com grande sensibilidade essa cultura se quiser entender a nova linguagem cultural dos nossos dias e para a qual produz. É necessário que o design de moda se transforme em informação cultural que tem na moda tradicional um parâmetro que precisa ser superado, pois agora, já não se usa o que está em moda, ao contrário, deseja-se fazer a moda.

Nesse momento, a sinergia moda/tecnologia têxtil coloca-se como urgente e inevitável e implica em integrar e em estabelecer conexões produtivas. Nessa interface, a moda dialoga com o design têxtil que, no âmago dos recursos tecnológicos da reprodução, manipula variações têxteis para, com técnica, fornecer uma nova seleção de parâmetros. Integrados ao *design* de moda, esses parâmetros passam não mais a moldar funcionalmente o mercado, mas ao contrário, fornecem-lhe respostas que atendem ao novo consumidor que está cada vez mais individualizado e localizado, ainda que dissolvido nas multidões das grandes cidades.

Se o *design* tece a individualidade do cliente, o estilista modela sua aparência e trabalham em interface o designer e o estilista, o tecer e o moldar.

Bibliografia

- ARGAN, Giulio Carlo. 1993. *Arte Moderna*. São Paulo: Companhia das Letras.
- BARTHES, Roland. 1967. *Système de la Mode*. Paris: Seuil.
- BAUDRILLARD, Jean. 1989. *De La Seduction*. Madrid: Catedra.
- BENJAMIN, Walter. 1966. *L'Opera D'Arte Nella Sua Riproducibilità Técnica*. Torino: Einaudi.
- FERRARA, Lucrecia D'Alessio. 1993. *Olhar Periférico*. São Paulo: Edusp/Fapesp.
- KERKHOVE, Derrich de. 1997. *A Pele da Cultura*. Lisboa: Relógio D'Água.

- LIPOVETSKY, Gilles. 1983. *A Era do Vazio*. Lisboa: Relógio D'Água.
- MALDONADO, Tomás. 1977. *El Diseño Industrial Reconsiderado*. Barcelona: Gustavo Gili (3ed. revisada e ampliada 1993. México: G. Gili)
- MANZINI, Ezio. 1990. *Artefatti. Verso Una Nuova Ecologia Dell'Ambiente*. Milão: Domus Academy.
- ORTIZ, Renato. 2002. *Ciências Sociais e Trabalho Intelectual*. São Paulo: Olho D'Água.
- SENNETT, Richard. 1989. *A Decadência do Homem Público*. São Paulo: Companhia das Letras.
- SIMMEL, Georg. 1988. *La Tragédie de la Culture*. Paris: Rivages.
- TOFFLER, Alvin. 1980. *A Terceira Onda*. 19.ed. Rio de Janeiro: Record.
- TOFFLER, Alvin. 1970. *O Choque do Futuro*. 3 ed. Rio de Janeiro: Record.

A criação intertextual nos processos mediáticos

ANNA MARIA BALOGH

Escola de Comunicações e Artes/USP

Resumo

A sociedade contemporânea, através de avanço tecnológicos, facilitou o acesso dos usuários a um número cada vez maior de textos. Por esta razão, entre outras, a atividade artística tende, hoje, a pautar-se por estratégias de enunciação centradas na colagem, na citação, na reelaboração e na metamorfose de textos prévios em vez de se guiar pelos conceitos de obra única e original da arte pretérita. Esta intertextualidade transformadora, eixo de grande parte da criação contemporânea é cada vez mais exacerbada na mídia, cinema, e sobretudo TV, como se analisa neste artigo.

Palavras-chave

estratégias de enunciação, intertextualidade, mídia

Abstract

New technologies make the access to numerous texts easier for any user in contemporary society than it used to be in the past. In such context, art and communication works tend towards enunciation strategies axed in various forms of collage, use of quotations, remakes or metamorphosis of previous texts, rather than rely on concepts of originality and uniqueness essential in traditional art. Creation is nowadays based on intertextual relations, on quite bold forms of experiment on this field in films and TV series as shown in the article.

Key words

enunciation strategies, intertextuality, media

s meios de comunicação de massas invadiram o cotidiano do homem contemporâneo gerando uma autêntica pululação de textos verbais, visuais, audiovisuais e multimidiáticos na nossa cultura. Um dos resultados mais palpáveis deste universo plural e fragmentário é um fazer artístico que não consiste mais exclusivamente na elaboração de obras originais, como ocorria no pretérito, mas sim na citação, na reelaboração, na metamorfose de obras já existentes.

O reprocessamento constante da textualidade prévia, característico de boa parte da produção artística atual, é facilitado por avanços tecnológicos disponíveis sobretudo no âmbito da tecnologia eletrônica. Da TV (com VHS) ao computador e à multimídia, os equipamentos vão-se tornando cada vez mais acopláveis, acessíveis e manipuláveis para um número crescente de pessoas.

O pesquisador atento não pode permanecer alheio a este rico universo intertextual em constante mutação. Trata-se de uma intertextualidade transformadora muito ampla: abarca imagens estáticas, como a instigante série de experimentações feitas por Pablo Picasso a partir de *As Meninas*, de Velásquez, assim como imagens dinâmicas, sobretudo as presentes nas assim chamadas “semióticas sincréticas” (Floch, 1983, pp. 3-4).

As semióticas sincréticas, sobretudo o cinema, a TV, o vídeo e a publicidade são construídas através do entretecer de várias materialidades e de linguagens diversas. É neste âmbito que tentaremos esboçar um primeiro elenco de relações intertextuais transformadoras e entrever a sua complexidade.

Os conceitos de intertextualidade que temos em mente são os de Julia Kristeva: “*L’intertextualité désigne non pas une addition confuse et mystérieuse d’influences, mais le travail de transformation et d’assimilation de plusieurs textes opéré par un texte centreur qui garde le leadership du sens.*” (1976, pp. 27; 262) e de Michel Arrivé: “*Texte absorbant une multiplicité de textes tout en restant centré par un sens.*” (1976, pp. 27; 267)¹

O literário e o sincrético

A intertextualidade transformadora na passagem do verbal (literatura) ao sincrético (cinema, TV). Trata-se de um tipo de transmutação² já consagrado. Há, em menor escala, o processo inverso, ou seja, do sincrético ao literário.

No primeiro tipo de transposição o leque de exemplos é muito vasto: vai desde os clássicos, como *O Vento Levou* dirigido por Victor Fleming (EUA, 1939), adaptado do romance homônimo de Margaret Mitchell, até *cult-movies* como *Blade Runner*, de Ridley Scott (EUA, 1982), transposto do pequeno romance de ficção científica de Phillip K. Dick, *Why do androids dream with electric sheeps?*

Em obra dedicada ao estudo de filmes e minisséries brasileiras adaptadas (Balogh, 1996) pudemos constatar que a grande maioria dos exemplos analisados mantinha fielmente o nível narrativo na passagem do texto de partida para o texto de chegada. As únicas diferenças mínimas se verificavam na mudança da ordem seqüencial das funções (*Vidas Secas*, Nelson Pereira dos Santos), no retardamento de uma função para manter o “suspense” (a revelação do anão sobre a fuga de *Inocência*, no filme homônimo de Walter Lima Júnior) entre outros.

As grandes mudanças de ordem criativa na transmutação do literário para o sincrético (cinema e TV) ocorrem sobretudo no nível discursivo com ênfase maior nas categorias da atorialização, da espacialização, da temporalização e da figurativização.

1. *apud* Jenny, 1976.

2. Muito embora o termo consagrado seja adaptação, os termos “tradução intersemiótica” e transmutação nos parecem os mais adequados sobretudo se pensarmos na passagem da palavra para som e imagem. (Jakobson, s/d.)

Em *Grande Sertão: Veredas* (Globo) há uma cronologização da temporalidade, totalmente assincrônica no romance. Há também uma des-sincretização do Narrador e do Sujeito Operador, sincretizados em Riobaldo no romance, perdendo-se o caráter nostálgico de memória pessoal presente no literário.

Em *Chapadão do Bugre* (Bandeirantes) ocorre o inverso, o romance de Mário Palmério é bastante tradicional no tocante à temporalização e a minissérie transmuta a temporalidade de forma totalmente assincrônica, usando negatização das imagens, preto e branco, tanto para os *flash-backs*, quanto para os *flash-forwards* na ação.

Em *Vidas Secas* há uma magnífica retomada das limitações dos atores do Sujeito do Desejo, sobretudo de Fabiano e do menino mais velho, cuja falta de competência para atingir o objeto desejado se manifesta na figura do semi-círculo formado mormente por sua situação e sua movimentação no espaço.

Em *Macunaíma* de Joaquim Pedro de Andrade há uma belíssima recriação intertextual do caráter plural da *suite* musical que orientou a elaboração do romance de Mário de Andrade, na análise de Gilda de Mello e Souza. Esta pluralidade é retomada por Joaquim Pedro ao reciclar a música (desde Roberto Carlos até Villa-Lobos), o próprio cinema (trazendo atores e situações da chanchada, com Grande Otelo e Wilza Carla), o teatro, na elaboração dos cenários, as referências políticas, a retomada do olhar antropológico oswaldiano na transposição fílmica.

Nota-se que, tanto na televisão que frequentemente contou com altos orçamentos na produção das minisséries, quanto no cinema, cujos recursos eram em geral mais parcos, a variedade nos processos criativos intertextuais se manifesta de forma contundente no nível discursivo.

Do sincrético ao literário

Devido à ampla penetração da TV junto à população brasileira em geral, começam a se multiplicar obras transpostas do televisual ao literário. Antes este tipo de transposição se resumia às publicações dos roteiros de filmes consagrados em livro. Neste caso, as obras publicadas têm muito mais valor de um registro escrito da volátil memória televisual do que uma atividade artística

transformadora em termos estéticos como ocorre com a transposição no sentido inverso.³

Do sincrético ao sincrético

As diversas formas de intertextualidade transformadora na passagem de uma semiótica sincrética a outra semiótica sincrética.

O cinema no cinema

A citação, o reaproveitamento do cinema pelo próprio cinema são recursos frequentemente utilizados. Neste âmbito, o número de exemplo possíveis é praticamente inesgotável. O trabalho sobre os textos prévios pode-se dar em gradações muito diversas. Existem algumas formas de citação bastante óbvias e superficiais como a que ocorre em *Os Intocáveis*, de Brian de Palma (EUA, 1987). No embate derradeiro entre os intocáveis e os gangsters sobreviventes de lutas anteriores na imponente Union Station, de Chicago, temos uma citação a uma das cenas mais dramáticas do episódio “A Escadaria de Odessa” do filme *O Encouraçado de Potemkine*, de Serguei Eisenstein. Tal como no filme citado, um carrinho, com um nenê dentro, desce escadaria abaixo, desgovernado, ante os olhos atônitos da mãe, impotente para agir, e dos demais. No filme de Brian de Palma a dramaticidade da cena tem um leve toque de ironia, e oferece um contraponto à luta sangrenta entre policiais e gangsters, que ocorre simultaneamente à descida do carrinho desgovernado.

-
3. *Anos Rebeldes*, minissérie da Globo, de autoria de Gilberto Braga, foi romanceada por Flávio de Campos para a Editora Globo (São Paulo: 1992). Novelas famosas da mesma emissora foram traduzidas para a literatura em séries populares tais como *As Grandes Telenovelas* da Rio Gráfica, que conta com títulos como *Irmãos Coragem* (1985), novela da célebre Janette Clair. Outra série - *Campeões de Audiência* - da Editora Globo, traz títulos como *Roque Santeiro*, de Dias Gomes, romanceada por Eduardo Borsato (1987) e *Roda de Fogo*, de Lauro César Muniz e Marcílio Moraes, transposta à literatura por Helena Muniz de Carvalho (1987).

Há formas de retrabalhamento intertextual bem mais sutis, como a que ocorre com *Bom dia Babilônia* (Itália, 1986), filme que faz referência constante a *Intolerância* de Griffith de uma forma mais oblíqua. Acaba sendo uma mescla de *making of a posteriori* com uma espécie de biografia romanceada. Enfoca a estória de dois irmãos italianos, arquitetos imigrantes, que colaboram na realização dos cenários durante as filmagens de *Intolerância* do pioneiro cineasta americano (um ator encarnando o próprio Griffith participa de algumas cenas). O resultado é uma belíssima estória ficcional de amor e ódio entre seres humanos e outra, metalingüística, de amor ilimitado pelo cinema tal como era feito em seus primórdios.

Blade Runner- O Caçador de andróides, parece ser um dos mais contundentes exemplos de uma intertextualidade transformadora em que o cinema retrabalha todo um conjunto de textos, escolas, estilos e gêneros fílmicos que vão desde o “noir” revisto e acelerado em termos de edição com influência da publicidade, até a ficção científica, a atual e a pioneira, como o filme *Metrópolis*, de Fritz Lang (1926). Falaremos deste filme de forma detalhada mais adiante.

A viagem por diferentes veículos

As transposições de uma mesma estória, ou de um personagem, para os mais diversos veículos adquirindo matizes diversos em cada transposição de acordo com as servidões impostas pela mídia para a qual o produto audiovisual é adaptado. Um caso bem típico é o de *Batman*. A estória se popularizou primeiro na mídia impressa na Revista *Detective Comics* (EUA, 1939). Depois alcançou bastante sucesso numa versão serializada para a TV americana (1966-1968, ABC, EUA, diário às 19h30min). Posteriormente foi transposto para o cinema (Tim Burton, EUA, 1992), mas já agora sem o Robin, considerado dispensável pelo público em pesquisa de audiência, na primeira versão fílmica. Já *Batman, o retorno*, aposta na possibilidade de sucesso da sensual “mulher-gato”, vivida por Michelle Pfeiffer que, de fato, rouba todas as cenas. Outro sinal dos tempos: os vilões são um grande sucesso. As cores e efeitos visuais, um tanto

“psicodélicos” da série televisual recebem nos filmes um tratamento bem mais gótico, atual e esmerado, mas a base narrativa e o universo de valores maniqueísta permanecem.

A ruptura de tipologias discursivas

Em algumas das transmutações feitas de uma semiótica sincrética para outra, ocorrem rupturas em tipologias discursivas já consagradas. Em sua obra *Viagem à Irrealidade Quotidiana*, Umberto Eco diferencia os discursos informativos dos discursos fictícios ao falar da televisão. Aponta várias diferenças entre ambos, sendo as mais notáveis o compromisso com a verdade no primeiro e com a verossimilhança no segundo. Além disso, ao veicular a informação, o locutor olha firmemente para o espectador, quando na ficção, via de regra, os atores só dirigem seu olhar para os co-participantes do universo fictício, que não inclui o espectador. O tempo e o espaço da ficção podem ser extremamente variáveis, enquanto que o espaço e o tempo da informação só podem ser aqueles dos fatos. A um determinado ponto do artigo, no entanto, Eco constata a tendência (1984, p. 191) de um entrelaçamento cada vez maior entre a informação e a ficção.

Esses limites entre os dois discursos foram cada vez mais subvertidos em textos fílmicos e televisivos contemporâneos. Na novela *Roda de Fogo*, da rede Globo, o corrupto advogado Mário Liberato (Cecil Thiré) encontra a morte de forma intencionalmente similar à de Lee Oswald, assassino do presidente Kennedy, morto a tiros diante das câmeras da TV americana. A ficção incorpora e reinterpreta a realidade documentada e parece encerrar a cena com uma forte moral implícita: todos os crápulas merecem uma morte similar.

No filme *JFK* (EUA, Oliver Stone), o diretor reinterpreta também o documental ao incorporar num magnífico trabalho de montagem, o filme da morte do Presidente Kennedy feito pelo cineasta amador Abrão Zapruder- veiculado à exaustão por todos os noticiários da época- para comprovar sua tese de que o estadista assassinado teria sido vítima de uma grande conspiração. Em ambos os exem-

plos, os realizadores incorporam o documentário à ficção e subvertem os limites existentes entre essas tipologias discursivas para recriar o sentido através da transformação intertextual.

A voracidade televisual

A citação, a transposição de textos literários, musicais, fílmicos e quadrinhos na TV é freqüente. Talvez o exemplo mais contundente deste tipo de mutação intertextual seja a série *Armação Ilimitada*: parodiava os vídeo clipes, o jornalismo, citava obras de Glauber Rocha, utilizava onomatopéias e elementos visuais dos quadrinhos. Curiosamente *Armação Ilimitada* fazia parte de uma estratégia de uma criação de “Novos Formatos” na Globo e trazia, nos anos 80, alguns procedimentos intertextuais (sobretudo a remissão aos quadrinhos) que caracterizaram o cinema de “Nouvelle Vague” francesa, nos anos 60, sobretudo a cinematografia de Jean Luc Godard. Os espectadores veteranos captaram a similaridade entre ambas as estratégias de enunciação, os jovens adoraram as ‘novas armações’.

Mais recente na diacronia, a novela das sete de Carlos Lombardi, *Uga, Uga*, também fez um instigante diálogo com os quadrinhos: sempre que a imagem televisiva de uma cena da novela congelava, antes dos intervalos, ela se transformava numa imagem de estória de quadrinhos.

As técnicas de computação gráfica vão sendo cada vez mais incorporadas ao cotidiano do fazer televisual, é, no entanto, nas vinhetas de abertura que elas ocupam um espaço privilegiado. Neste campo já podemos pinçar alguns exemplos de intertextualidade transformadora controversa como o da novela *Tieta* (Globo, 1989, pp. 20;30). Causou polêmica o aproveitamento que o vídeo-maker Hans Donner fez nesta abertura das técnicas de Zhig Rybyncki, em seu vídeo experimental *The Fourth Dimension* (1986), no qual se obtém o efeito do corpo humano se enroscando em torno de um eixo, qual uma serpente, imitado bem de perto na abertura da novela brasileira. Em alguns casos parece difícil estabelecer o limite entre a recriação e o simples plágio.

A criação intertextual: o apogeu de um processo na TV

No processo de radicalização cada vez maior das transformações na criação intertextual, as simples citações de trechos de obras, como vimos em *Os Intocáveis*, vão cedendo lugar a processos mais complexos em termos de subversões e mesclas, como *Bom dia, Babilônia* e *JFK*. Dentro desta tendência geral de acirramento das experimentações intertextuais no sentido de quebrar casa vez mais os limites das diferentes tipologias discursivas, bem como no sentido de abarcar textualidades cada vez mais abrangentes (respondendo por gênero, estilos, escolas e etc.) gostaríamos de analisar, ainda que brevemente, dois exemplos emblemáticos, e, portanto, amplamente ilustrativos deste tema que nos ocupa: na televisão, a novela das sete, da Globo, na TV e no cinema, *Blade Runner*, o caçador de andróides.

A novela das sete é a que tem feito as experimentações mais subversivas com gêneros literários, teatrais e fílmicos, bem como com clipes musicais, entre outros. Isto vem ocorrendo desde *Guerra dos Sexos*, *Sassaricando* e outros que analisaremos um pouco mais detidamente a seguir.

Que rei sou seu? (Globo) centrou a trama num grupo de espadachins liderados por Jean Pierre (Edson Celulari) cujas tramas narrativas nos remetem aos velhos mosqueteiros de Alexandre Dumas na literatura, bem como à outros romances como *Scaramouche* ou *Capitão Blood* de Rafael Sabatini. O cinema retomou bem esse gênero de capa e espada, sobretudo nos heróis vividos por atores como Stewart Granger e Errol Elynn. O visual de Jean Pierre na novela, bigodinhos finos, cabelo pajem ou rabo de cavalo, relembram os personagens vividos por aqueles atores no cinema. A novela, no entanto, como é praxe em sua estrutura, mescla a ficção intertextual e a realidade e a corrupção dos conselheiros da rainha remete a muitas situações da realidade política brasileira.

A obra trouxe também algumas deliciosas blagues televisivas de ordem intertextual para refrescar a memória dos espectadores

veteranos. Numa cena, Bidet (John Hebert) conselheiro da rainha Valentina (Teresa Raquel), depara com uma bela dama (Eva Wilma) recém chegada ao palácio e a saúda: “Alô, doçura!” Trata-se, como é sabido, do título de uma das séries românticas mais populares da antiga TV Tupi, protagonizada justamente por esses dois atores que eram na época casados inclusive na vida real.

A novela *Vamp* (Globo, 1991) também se estruturou com base na mescla de gêneros prévios, vampiro ou horror, existentes tanto na literatura (Bram Stoker), quanto no cinema (*Nosferatu*, do expressionismo alemão, por exemplo). Tanto em termos das funções narrativas quanto em termos dos elementos técnico-expressivos, foram respeitadas as convenções do gênero. Até mesmo o nome dado ao líder dos vampiros, o conde Vladimir Polansky (Ney Latorraca) é uma homenagem a um dos cineastas mais destacados do gênero.

A aproximação ao clipe musical de horror, como *Thriller* de Michael Jackson, inspirou a abertura da novela e de alguns dos ambientes visuais nela criados. O retrabalhamento intertextual mais evidente, no entanto, se fez com outro clipe do mesmo mega-star: *Black or White*. Na morte de alguns dos representantes do mal, os vampiros, se utilizou a mesma metamorfose seqüenciada de rostos, obtida por computador, que causou tanto *frisson* na apresentação do clip de Michael Jackson.

Como, no entanto, na televisão a criação parece ser presidida pela lei de Lavoisier, o mundo dos vampiros e dos clips *dark* se mesclou com uma pitada de comédia romântica de Hollywood: O capitão Jonas, vivido por Reginaldo Farias, apaixonou-se por uma intelectual pesquisadora da história dos vampiros, vivida por Joana Fomm, que corresponde à sua paixão e o resultado é que cada um levará os respectivos seis filhos para viverem numa pousada num quotidiano cheio de peripécias hilárias.

A televisão se caracteriza pela sua extraordinária capacidade de absorção de outras linguagens, gêneros e textos, bem como por sua enorme voracidade ao fazê-lo, posto que permanece praticamente o dia todo e todos os dias do ano no ar. Por este motivo, alguns formatos televisivos, como o que analisávamos, ilustram de

forma contundente a intertextualidade mutante que enfocamos neste artigo.

A recriação intertextual transformadora no cinema

O processo, no entanto, não é exclusivo da TV, é apenas levado ao paroxismo neste veículo, ele existe também no cinema. Muitos filmes recentes recorreram das formas mais diversas à recriação intertextual. Houve uma verdadeira febre de retrabalhamentos do *noir* que apareceu, reinventado, a cores, em *Hammet* e *Chinatown* bem como em preto e branco, com instigantes exercícios de montagem, em *Cliente morto não paga*, entre vários outros.

O exemplo mais cabal, no entanto, nos parece ser, sem dúvida alguma, *Blade Runner* de Ridley Scott. Nesta obra, o exercício de recriação intertextual foi feito com muito esmero narrativo e visual e muita coerência em termos de conhecimento da diacronia dos estilos e dos gêneros fílmicos retrabalhados. Neste *cult-movie*, o diretor remete também ao *noir*, dos anos 40 e 50 de Hollywood, assim como à ficção científica.

Em meio às maquetes de Corporação Tyrell magnificadas pelas tomadas de câmera, às naves se deslocando no espaço aéreo, próprias das ficções científicas, em meio às quinquilharias eletrônicas e à urbe super-populosa, próprias da Los Angeles futurista de 2.019, espaço representado do filme, encontramos objetos, vestuários, interiores, atitudes de personagens inteiramente calcadas nos filmes *noir*. Até mesmo as funções narrativas executadas por Deckard são próprias dos detetives do *noir*: investigação, perseguição dos transgressores (andróides), punição dos transgressores (com exceção de Rachel).

Deckard (Harrison Ford), o *blade runner*, vestindo uma gabardina meio surrada, com jeito desleixado e durão, nada mais é do que um Phillip Marlowe que aterrizou numa ficção científica. Rachel (Sean Young), a replicante, é longilínea, usa roupas justas com brilhos estratégicos ou com peles, tem cabelos presos, é misteriosa, super atraente e ambígua, no mais puro estilo das *femmes fatales* do

noir. A relação entre ambos retoma a explosiva mescla de atração e repulsão próprios daquele gênero (quem não lembra dos personagens vividos por Lauren Bacall e Humphrey Bogart?) determinando muitas das modulações passionais e rítmicas do filme.

A sequência em que o chefe de polícia, Briant, praticamente intima Deckard a ser um *blade runner*, retoma a relação de rispidez competitiva, e colaboração forçada existente entre policiais e detetives nos policiais da década de 40. O próprio escritório de Briant, com a velha escrivania, a luz filtrada pela persiana, a indefectível garrafa de bebida, o *abat-jour*, bem que poderia ser o de Sam Spade.

Blade Runner retrabalha no filme a cores o alto contraste de luz dos policiais antigos, estes em preto e branco. Em muitas cenas vemos a luz esculpindo literalmente os rostos de Rachel e Deckard. O de Deckard sobretudo na cena em que visualiza os replicantes na tela do computador com Briant e o de Rachel durante o interrogatório a que a submete Deckard na corporação Tyrell.

Os enquadramentos se fecham nas tomadas de interiores (o apartamento de Leon) como nos *noir* tradicionais, mas a montagem se acelera bastante provavelmente como resultado da experiência do cineasta na publicidade.

Voltando mais longe na diacronia, descobrimos nas tomadas aéreas iniciais do filme um edifício antigo que nos remete a *Metrópolis*, de Fritz Lang, filme que *Blade Runner* retrabalha em muitos aspectos. A própria Rachel, andróide que parece humana, remete ao personagem similar Maria, do filme de Lang, operária que se transforma em robô. Em ambos os filmes, os poderosos vivem no alto e a plebe numerosa nas partes baixas da cidade. Esta dicotomia foi depois revisada pelo *noir*: *upperworld*, a sociedade legal; *underworld*, o mundo dos criminosos.

Muitos dos diretores dos policiais antigos dos Estados Unidos se formaram na cultura européia. Alguns chegaram à América fugindo do nazismo. De forma coerente, há no filme várias menções àquela cultura, das quais destacamos uma. A replicante Priss, no seu encontro com J.F. Sebastian em meio à metrópole suja, aparece contra a luz, loura, de preto, com cinta liga, qual uma versão pop do “anjo azul” fascinando o indefeso rapaz.

Nem mesmo as menções literárias escapam ao intrincado tecido de relações do filme. Um dos edifícios visitados por Deckard na sua perseguição aos andróides tem escrito na entrada do portal “Bradbury” numa remissão a Ray Bradbury, consagrado autor de romances de ficção científica.

Poderíamos seguir citando indefinidamente tal a riqueza e a coerência do filme na utilização da intertextualidade transformadora que estivemos analisando. *Blade Runner* traz a passagem do romance de Phillip K. Dick para o cinema (do literário ao sincrético), a reutilização de dois gêneros fílmicos amalgamados (*noir* e “ficção científica”), a citação de outros tantos filmes mencionados. Como se não bastasse, há uma nova versão do filme que leva este processo ao paroxismo. Na nova versão, o diretor corta a voz *off* de Deckard, cuja utilização desagradou tanto o cineasta quanto o ator Harrison Ford na versão anterior e que, no entanto, estava em perfeita consonância com a estética do *noir*, importante fonte de criação do filme, onde tal recurso era freqüente.

O papel dos gêneros

Cabe lembrar ainda que a criação sedimentada nesta intertextualidade transformadora exige uma competência ampla e plural dos realizadores, por vezes o domínio de várias séries culturais, e competência similar dos receptores na outra ponta do processo.

Os gêneros constituem elementos normativos muito importantes na cultura popular, principalmente na TV, orientando a decodificação dos espectadores, dado nada desprezível num universo caracterizado pela velocidade, pela voracidade de consumo dos programas e sua conseqüente obsolescência programada.

A recriação intertextual é característica marcante na TV contemporânea, como aponta Mauro Wolf:

Los géneros televisivos de actualidad tienen un rasgo común: su carácter mixto, compuesto. Tanto los programas con estructura mosaical como aquellos de estructura monográfica se configuran como ensamblaje de partes, de fórmulas, géneros, y subgéneros. (Anàlisi, 1984, pp.194-195)

Os gêneros se revelam também dados importantes na apreensão das transformações, das metamorfoses, das apropriações que manifesta esta textualidade pós-moderna típica de um veio criativo dos processos mediáticos. Neste sentido a visão de Fiske sobre o tema na TV nos parece a mais adequada para a sua compreensão:

Um gênero visto como um texto, deveria ser definido como um conjunto mutante de características que são modificadas a cada novo exemplo que é produzido. Cada programa vai ser constituído pelas características principais de seu gênero, mas tem a propriedade de incluir algumas outras. Considerar um programa como pertencente a um gênero ou outro pressupõe decidir qual o conjunto de categorias mais importantes. (Television Culture, 1987, p. 11)

Reflexões finais

A televisão, devido à sua presença diária no quotidiano dos espectadores, bem como à voracidade de consumo dos programas, assim como à longa extensão de alguns dos formatos fictícios, como a novela, tende a um aproveitamento hiperbólico das textualidades. Vimos, ao analisar brevemente as novelas das sete, que além das habituais citações esparsas e pontuais, a TV tende tomar como referência conjuntos de textos cada vez mais amplos: gêneros inteiros, por vezes dois ou mais gêneros entre mesclados dentro da trama narrativa. Em alguns casos, os gêneros citados e recriados abarcam tanto os primórdios literários, quanto as realizações fílmicas, e em alguns casos até as criações musicais e televisivas já existentes.

O cinema, bem mais compacto em termos de extensão e menos voraz em termos de elaboração e consumo tende a aprofundar e radicalizar as rupturas e subversões desta recriação intertextual rompendo os limites das diferentes tipologias discursivas (*making of* x ficção; informação x ficção) das estratégias discursivas (vídeo amador x TV e cinema profissional), entre outras.

No caso de *Blade Runner* há uma recriação primorosa dos elementos discursivos, sobretudo da temporalidade. O filme volta

cerca de quatro décadas e retoma assim a estética do *noir* e salta mais ou menos o mesmo tempo na representação da Los Angeles “futurista” e retrabalha a “ficção científica”. Na retomada do *noir* mantêm-se os enquadramentos fechados e claustrofóbicos do gênero (visita ao apartamento de Leon), mas as seqüências se agilizam em relação ao “noir” tradicional, influência provável da lide de Ridley Scott com a publicidade, o alto contraste de luz, característico do *noir* e retrabalhado nas cores com filtros.

A ficção científica recupera *cults* do gênero, como *Metrópolis* não apenas nas cenas citadas, mas em todo caráter ambíguo e único de Rachel tal como o de Maria no filme de Lang, até mesmo na cena da primeira entrada de Rachel em que há um escurecimento das grandes janelas, similar ao que ocorre no escritório do dono da empresa em *Metrópolis*. O resgate do passado fílmico vai ainda mais longe recuperando o cinema alemão, não apenas no “anjo azul pop”, Priss, mas no gosto pela expressionista teatralidade e pelos símbolos, principalmente na casa de J. F. Sebastian e de Tyrell.

Acreditamos que os exemplos citados e os analisados tenham constituído uma boa amostragem desse rico processo de criação de uma intertextualidade cada vez mais radical e mais transformadora. Novas formas surgem a cada dia. Cabe ao leitor permanecer atento e fazer o seu próprio “tecido de relações”.

Bibliografia

- BAKONYI, Ivan. s/d. Contribution à une reflexion sur quelques formes d'emprunts iconiques au cinéma. In: *Les Cahiers du Circav. Hommage à Christian Metz*, Gerico-Université de Lille, 3, nº 6/7: 29-46
- BALOGH, Anna Maria. 1985. Análise do nível superficial da narrativa do filme “*Blade Runner: o caçador de andróides*”, de Ridley Scott. *Significação-Revista Brasileira de Semiótica*, Araraquara: UNESP-(5): 53-58, julho.
- _____. 1996. *Conjunções, Disjunções, Transmutações. Da Literatura ao Cinema e à TV*. São Paulo: Annablume, ECA/USP.

- _____. 1998. "La télévision brésilienne at-elle une vie intelligente?" *Rev. Champs Visuels- Revue Interdisciplinaire de Recherches sur l'image, La télévision au miroir* (2). Paris-Montréal: Editions L'Harmattan, nº 9, 80-92, mars.
- _____. 1996. *Noir: o corpo como cifra do erótico emergindo do estético*. In ASSIS SILVA, Ignácio. (org) *Corpo e Sentido*. São Paulo: UNESP.
- _____. 1998. "Benedito Ruy Barbosa: Intertextualidade e Recepção. Novos Olhares." *Revista de Estudos sobre práticas de recepção a produtos mediáticos*. Ano 1, número 1: 10-23, 1º sem.
- _____. Reflexões sobre intertextualidade em alguns textos fílmicos contemporâneos. in: OLIVEIRA, A.C, & SANTAELLA, L. (orgs). *Semiótica da Comunicação e outras Ciências*. São Paulo: EDUC, 1985, 67-72.
- _____. 2002. *O Discurso Ficcional na TV*. São Paulo: EDUSP.
- BORELLI, Sílvia Helena Simões (org). 1994. *Gêneros ficcionais, produção e cotidiano na cultura popular de massa*. São Paulo: Coleção GT's-Intercom, nº 1, CNPq, FINEP.
- CIEUTAT, Michel. *La ville daus le film policier américain*. Positif, 172-172, July-Aug, 1975: 26-38.
- ECO, Humberto. 1983. *Viagem à irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- EISNER, Lotte. 1985. *A Tela Demoníaca*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- FAIRCLOUGH, Norman. 1995. Intertextuality and the news. In: *Media Discourse*. New York: Arnold, 75-101.
- FISKE, John. 1987. *Television Culture*. London, New York: Methuen.
- FLOCH, Jean Marie. 1983. *Sémiotiques Synchrétiques*. Bulletin- Actes Sémiotiques, Paris, VI, 27 sept.
- GENETTE, Gérard. 1982. *Palimpsestes. La littérature au second degré*. Paris: Editions du Seuil.
- HITCHCOCK & TRUFFAUT. 1986. *Entrevistas*. São Paulo: Brasiliense.
- JAKOBSON, Roman. s/d. *Linguística e Comunicação*. São Paulo: Cultrix, 64-65.

- JENNY, Laurent. 1976. La stratégie de la forme. In: *Poétique. Revue de théorie et d'analyse littéraires*, pp. 27; 257-281.
- JOHNSON, Randall. 1982 *Literatura e Cinema. Macunaíma: do Modernismo na literatura ao Cinema Novo*. São Paulo: T.A. Queiroz.
- MELLO e ZOUZA, Gilda de. 1979. *O tupi e o alaúde*. São Paulo: Duas Cidades.
- NASCIMENTO, Geraldo Carlos do. 1997. *A Intertextualidade em atos de Comunicação*. Tese de Doutorado. São Paulo: ECA/USP
- PFISTER, Manfred. 1994. Concepciones de la Intertextualidad. In *Criterios*. La Habana: Uneac, Casa de las Américas, nº 31, 1-6, 85-108.
- PLACE, J.A. & PETERSON, L.S. 1974. Some Visual Motifs of Film Noir. *Film Comment*, X/1, Jan-Feb, 30-35.
- PLAZA, Júlio. 1991. *Las imágenes de tercera generación*. Madrid: TELOS, dic. 1990- feb., 93 a 111.
- POÉTIQUE. 1976. *Revue de théorie et d'analyse littéraires*. Paris: du Seuil, nº 27. Intertextualité.
- WOLF, Mauro. 1984. *Gêneros y televisión*. Barcelona: Rev. Análisi, 9: 189-198.

Sebastião Salgado: a geometrização como recurso argumentativo

TIEKO YAMAGUCHI MIYAZAKI
Universidade Tuiuti do Paraná/UTP

Resumo

A partir da discussão da natureza da fotografia como signo indicial e icônico, o artigo analisa fotos de Sebastião Salgado (*Terra*); mostra como, a partir de procedimentos de desreferencialização, as imagens são submetidas a processos de estilização, privilegiando traços geométricos que as reorganizam de maneira a possibilitar a emergência de novos planos de significação.

Palavras-chave

fotografia, Barthes, Salgado, desreferencialização, estilização, poética

Abstract

The essay discusses the nature of photography as indexical and iconic sign, in order to analyze Sebastião Salgado's photographs (*Terra*); it shows how, departing from deferential procedures, the images are submitted to a stylization process, emphasizing geometrical traits that reorganize them in a way to make it possible the emergence of new spheres of signification.

Key words

photography, deferentiality, stylization, poetics

Muito se tem insistido na natureza indicial da fotografia, contra a sua compreensão como imagem analógica, esta em virtude do imediato reconhecimento nela da figura do referente. Nela, diz Barthes

(...) o acontecimento jamais se sobrepassa para outra coisa: ela reduz sempre o corpus de que tenho necessidade ao corpo que vejo; ela é o Particular absoluto, a Contingência soberana, fosca e um tanto boba, o Tal (tal foto, e não a Foto), em suma a Tique, a Ocasão, o Encontro, o real, em sua expressão infatigável. Para designar a realidade, o budismo diz sunya, o vazio; mas melhor ainda: tathata, o fato de ser tal, de ser assim, de ser isso; tat quer dizer em sânscrito isso e levaria a pensar no gesto da criancinha que designa alguma coisa com o dedo e diz: Ta, Da, Ça! Uma fotografia sempre se encontra no extremo desse gesto; ela diz: isso é isso, é tal! Mas não diz nada mais. (1984, p.13)

A argumentação a favor de sua natureza indicial se baseia em palavras do próprio Pierce ao definir seja o índice seja o ícone, lembrando que, com relação ao primeiro, destaca a sua conexão real, física, isto é, da ordem da metonímia, com o objeto, e, com relação ao segundo, assinala que ele simplesmente denota graças a características que o objeto possui, sendo este realmente existente ou não na fotografia. A favor, pois, do índice adota-se uma perspectiva em que se invoca todo o processo físico-químico de sua produção e, nessa discussão, procura-se colocar em xeque o seu entendimento analógico, lembrando a não fidelidade da fotografia ao referente, quanto a aspectos como a coloração, a conformação tátil, sensorial etc.

É possível aceitar a defesa do caráter metonímico quando se restringe ao processo de produção, o qual leva a situá-lo num universo mais amplo e heterogêneo, de experiências fetichizadas, em que um objeto substitui outro, ou é dado como seu substituinte, em razão do contato entre eles, muitas vezes totalmente circunstancial, mas tomado como base objetiva responsável pela sua inserção num outro mundo de valores, de práticas e ritos. A conexão física aqui é o que funda a relação: o fiel tem necessidade de tocar com os dedos a efígie santa para depois benzer-se, sem o que não lhe parece garantir a bênção desejada.

Não nos parece, por outro lado, que cabe o mesmo argumento quando se considera a incapacidade, até hoje, de a fotografia reproduzir, de forma absoluta características, traços do referente. Basta lembrar: qualquer imagem obtida pelo homem de forma natural não lhe garante o estatuto de fidedignidade absoluta: ela está sempre condicionada às limitações físico-químicas, variáveis de indivíduo a indivíduo, do aparelho ótico humano – que não é o mais perfeito entre os existentes na natureza, e das condições situacionais da percepção do objeto. Os avanços tecnológicos na área nos colocam diariamente diante da verdade da relatividade das imagens com que lidamos no dia-a-dia. Ao exemplo sempre citado da mãe, mulher primitiva, que não reconhece o filho na fotografia que lhe exibem, como não opor a experiência cotidiana do uso da fotografia, em suas mais modalidades, como reprodução de uma realidade em que se pretende intervir a partir do que nela se identifique como tal? Para o senso comum parece indiscutível que a constituição humana proporciona ao indivíduo o acesso a imagens de certo grau de fidelidade referencial (ainda que modalizadas por gamas de valores de diferentes axiologias), possibilitando-lhe cotidianamente atuar sobre o mundo e interagir com o próximo.

Seria sempre interessante ter presente o cuidado em não confundir *real* com *realismo*. O nexos factual, físico que possibilita a existência da fotografia faz parte do real, mas não garante o *efeito de realismo*. Principalmente no sentido ingênuo de fidelidade em profundidade e em pormenores. Mesmo que o reconhecimento do referente na fotografia requeira aprendizado, ela é sempre real, ain-

da que nem sempre realista. No tocante à sua imagem não se pode aplicar a famosa frase de Magritt: ali a imagem do cachimbo sempre se referirá a um cachimbo havido, ainda que em ambos os casos, do ponto de vista da recepção, se trate de representações a partir da semelhança, garantindo, desta maneira, a natureza icônica do produto. A crença primitiva de que a imagem assim obtida significa o aprisionamento da alma do indivíduo, de certa maneira, se justifica pelas duas razões: ainda que o desconheça, o homem primitivo intui de alguma forma que a imagem resultante depende do mecanismo de fotografar, mas é o seu caráter icônico a garantia de sua certeza e de sua crença.

O fato corriqueiro, anedótico, folclórico da reação normalmente de rejeição a fotografias destinadas a documentação, exemplifica bem a diferença entre o que se pode denominar real e o que se poderia entender por realismo. A rejeição talvez proceda, de uma parte, do entendimento de que a foto é realista, ou seja, ela não esconde o que de negativo o sujeito ali vê cruamente revelado. Mas ele não pode negar que é real, ou seja, de que é a sua fotografia e não de outro: entendendo desta maneira a aderência do referente de que fala Barthes.

Por outro lado, a reação do sujeito fotografado coloca em pauta o jogo de imagens de que fala Pêcheux numa relação de comunicação. Além da possibilidade de que os sujeitos tenham, de forma mais ou menos consciente e clara, qual é o ângulo em que se produziria a imagem (mais) desejada, ou qual aspecto a ser privilegiado ou a ser escamoteado, uma imagem ideal deve estar sempre à espreita, com a qual ele conta, joga, em suas relações intersubjetivas e que gostaria de ver confirmada fisicamente na materialidade da fotografia, graças à pretensa neutralidade absoluta do aparato tecnológico.

Ou ainda: é ambígua essa atração irresistível por deixar-se ou fazer-se fotografar, e mais ainda a pose intencional e declaradamente assumida. Na verdade, o que declaram essas atitudes senão a desconfiança de que a fotografia é ou não capaz de captar outros aspectos que a foto comum não expressa? Uma outra realidade, escondida, que assim se revelaria, ou que, paradoxalmente, se deixaria ver melhor quando se traveste: como se explica esse prazer de perpetuar, na fotografia e graças a ela, alguma coisa efêmera como o são as maquiagens ocasionais, a “produção” cosmética?

Do ponto de vista da produção, não se tem um controle total sobre o resultado: a sequência vertiginosa, quase erótica, do fotógrafo profissional de modelos, de tomadas sobre tomadas, denuncia essa fragilidade, como se se desconfiasse de que o melhor se encontrasse na/s diferença/s mínima/s, interpretadas como dependentes de curtíssimos intervalos temporais. Ou seja, o tempo é visto aí como o produtor-destinador avaro, controlador, dessa imagem ideal e fugidia.

Enfim, o que nos interessa nesse momento é, colocar-nos na posição de receptor, de espectador e não, portanto, de produtor, e analisar a fotografia enquanto imagem analógica, resultante de um recorte sobre o que se oferece ao olho humano, um recorte que, sem descartar o componente referencial, é fundante de uma nova realidade.

Desta perspectiva, não é gratuito o amor de Roland Barthes pelo fotograma. Diz ele:

O fotograma dá-nos o dentro do fragmento: seria preciso retomar aqui, deslocando-as, as formulações do próprio S.M.S., quando ele enuncia as novas possibilidades da montagem áudio-visual (nº 218):... 'O centro de gravidade fundamental... transfere-se para dentro do fragmento, nos elementos incluídos na própria imagem. E o centro de gravidade já não é o elemento 'entre os planos' – o choque, mas o elemento 'no plano' – a acentuação no interior do fragmento. (...) a fórmula de S.M.E. é geral, na medida em que ela estabelece um direito à disjunção sintagmática das imagens, e pede uma leitura vertical (ainda um termo de S.M.E) da articulação. (1984, p.58)

O campo cego que ele cria está próximo do da foto, e distante do da imagem cinematográfica. A narratividade que a sequência acaba implantado aparece na foto, enquanto unidade única, como pura negatividade: a horizontalidade própria da diegese se verticaliza e se aprofunda como uma cala: ao mesmo tempo em que promove um descolamento da imagem de onde foi recortada, não lhe permitindo reinserir-se no fluxo da realidade das coisas senão às custas da perda de sua natureza específica. Num corte definitivo e sem volta,

ao mesmo tempo a revela instalada numa outra dimensão, inacessível e mesmo incompreensível, muito próxima, emparentada ao Grande Tempo dos mitos, ao *illo tempore* que não se define por uma simples anterioridade ao aqui e agora, nem do espectador nem mesmo do ato fotográfico. A materialidade da película, fina, que recobre a superfície da foto, adquire a feição de um poder específico, o de imobilizar, e a imagem ganha a aura – numa dinâmica de repulsa e atração – de uma esfinge que guarda um segredo a que jamais se terá acesso: não há via de entrada, todas as portas estão trancadas, dela só se pode aproximar, mesmo que a imagem se reconheça como a do próprio espectador. Daí Barthes reconhecer esse domínio, específico da fotografia, como o da Morte.

Mais prodigiosa se torna a foto em preto-e-branco. O avanço tecnológico pretende alcançar aquela fidelidade e realismo a que já nos referimos: a nitidez das imagens e a realidade – isto é, pertencente ao referente – das cores. Roland Barthes, porém, diz em *Câmara Clara* (1984 b) não gostar da cor em fotografia, pois lhe parece como algo postiço, que se agregou às coisas. Enganosa e especiosa. A palavra *cor* etimologicamente vem de uma raiz que significa *ocultar*: vem do indoeuropeu *kel, kol, kl, que se reconhecem em *celare*, *cilium*, *cella*, *clandestino*, *ocultar*, como lembra Ivan Lopes. Ou seja, a cor seria aquilo que esconde. Nesse sentido, o curioso é que com relação à foto, a expressão *branco-e-preto* é uma síntese em que os termos se refletem pelo avesso: o branco que é a reunião de todas as cores parece, à primeira vista, significar o contrário que aí estaria no preto. Nesse jogo apertado, quase em conexão física, de contrários, eles se encarregam de revelar – inclusive no sentido fotográfico - as coisas, despojando-as daquilo que as escamotearia: as cores. No branco-e-preto, no nível mais superficial da imagem-texto, a visão se desacelera porque não é dinamizada pela descontinuidade, pela variação, pela heterogeneidade. Talvez se pudesse dizer que o terceiro nível da proposição de Barthes à leitura do fotograma – o da *significância* - encontrasse nesse caso um de seus lugares de manifestação. Contrapondo ao sentido *óbvio* do segundo nível - o da *significação* (este “*vai à minha frente*: evidente, sem dúvida [...], mas de uma evidência *fechada*, inserida num sistema

completo de destinação.”), Barthes propõe chamar de *sentido obtuso* “o outro sentido, o terceiro. Aquele que vem “a mais”, como um suplemento que a minha inteligência não consegue absorver bem, ao mesmo tempo teimoso e fugidio, liso, esquivo” (1984, p.45).

De qualquer maneira, a opção pelo branco-e-preto é o ponto de partida de um movimento de estilização. A estilização compreende-se, aqui, como um processo, não de anulação, mas de neutralização de traços, de sua implicitação, graças à colocação em evidência, à priorização de outros, selecionados. Em outros termos, pode-se pensar a estilização como a textualização de um percurso inverso e posterior ao da criação do sentido. Enquanto este caminha dos níveis mais rarefeitos, conceituais, abstratos, em direção à tematização, em seguida recoberta elas opções figurativas, a estilização corresponderia a um desbaste em sentido contrário, das particularidades mais concretas: o seu efeito pode ser de desreferencialização.

A desreferencialização tem como resultado o desenraizamento do referente, arrancado de seu contexto espaciotemporal original, denotativo. É ela que possibilita, em contrapartida, graças à implicitação de semas, a instalação de outros níveis de significação, muitas vezes pouco próximas da primeira, salvando o objeto focalizado da simples contingência de que fala Barthes no trecho acima transcrito.

O livro *Terra* (1997), de Sebastião Salgado, particularmente, num primeiro momento exige o reconhecimento do universo referencial focalizado. É isso na verdade que a intenção manifesta na dedicatória e no prefácio dá a entender. O cotejo entre as fotografias e as legendas denuncia da mesma forma a preocupação de reinserir a fotografia em seu contexto real, sócio-histórico, devido ao reconhecimento da fluidez, da flutuação que imagem fotográfica implica. Direciona, desta maneira, a recepção delas. Ou seja, aponta para o primeiro dos três níveis de sentido que Barthes discerne no fotograma: o nível da *comunicação*, o nível informativo “onde se acumula todo conhecimento que me fornecem o cenário, os trajes, as personagens, as suas relações, a sua inserção numa anedota que eu conheço (ainda que vagamente).” (1984, p.43)

No entanto, também é nesse primeiro momento da recepção que as fotos de Salgado impõe já o reconhecimento de outros níveis de sentido, sinalizados pela opção sistemática pelo branco-e-preto, em detrimento declarado do colorido. E, como ficou dito, com boa pertinência é possível ver nessas duas cores não o descarte da cor/traço/sema, mas a implicitação dela, adensando o volume significativo dos termos explicitados.

Essa opção homologa o corte/recorte que delimita a dimensão do universo em pauta e a área em cujo interior os elementos selecionados passam a contrair relações entre eles, no âmbito de estruturas próprias.

É, pois, a partir desse recorte que as escolhas enunciativas ganham sentido. Entre elas, o enquadramento que dão aos objetos captados pelo fotógrafo o estatuto de componentes de novas estruturas que não propriamente as reconhecíveis no mundo-referente. O enquadramento, que nem sempre obedece à risca a conformação do espaço representado com o da representação, faz parte de estratégias enunciativas que podemos classificar como *retóricas*, as quais configuram no mesmo ato a imagem do sujeito *observador*. Observador não somente no sentido daquele que vê, por tratar-se de uma linguagem visual, mas no sentido daquele que escolhe como dar a ver, aspectualizando o efeito discursivo.

Na obra-*corpus* de Salgado, um dos efeitos dos procedimentos até aqui mencionados é a *geometrização* da imagem fotográfica. A geometrização se deixa apreender como que trabalhando sobre um nível de entropia das realizações figurativas: o mundo referencial aparece aí como que imerso em uma concha de ruído, tendendo ao enfraquecimento das descontinuidades e das pertinências distintivas e, com isso, da significação. E nesse universo estilístico da geometria as figuras privilegiadas são exatamente a *linha* e o *círculo*, obtidas predominantemente graças ao posicionamento da câmera que, pelo ângulo da visão, permite que componentes, aspectos dos objetos fotografados passem a contrair novas relações, classificáveis como reiteração, paralelismo, equivalência e correspondência, chão para a emergência de sentidos metafóricos, alegóricos. O plano figurativo referencial é relegado à condição de substância que é submetida

a uma nova ordenação formal. O mundo disfórico objeto do discurso documental, que na fotografia muitas vezes adquire uma feição dionisiaca, se reordena numa configuração apolínea.

Passemos à análise de algumas fotografias¹.

Na construção de um açude para a retenção das águas da chuva durante a grande seca de 1982-3 no sertão do Ceará, os trabalhadores eram as populações pobres que recebiam como remuneração a alimentação necessária à subsistência. Ceará, 1983.

Esta é a explicação histórica das fotografias das páginas 58-9; as consequências das grandes secas no Nordeste, o sofrimento humano.



Figura 1.

Disposta verticalmente, a foto da página 58 distribui - em sua parte superior, numa faixa horizontal, fina, equivalente a dez por cento de sua dimensão, e recortada contra uma luz fraca que

1. Como a sua reprodução não foi autorizada, apresentamos um tipo de imagens em negativo que facilitarão acompanhar a nossa análise.

emerge (ou imerge ?) num horizonte que não se vê - aproximadamente trinta trabalhadores na borda de um açude, caminhando da esquerda para a direita, carregando nos ombros as suas pás. Minúsculos, ao fundo e contra o fundo criado pela perspectiva, no alto da foto sublinham a linha regular, uniforme, da parede do açude seco.

Abarcando a metade da fotografia, a câmera, postada aproximadamente junto ao canto esquerdo inferior, faz avançar de baixo para o alto, em direção aos trabalhadores, um primeiro plano constituído pela visão, quase em close-up, do leito do açude. O contraste em dimensão e volume entre a terra seca, toda retalhada em torrões completamente ressequidos, é a fila índia dos homens é onde se localiza o primeiro impacto que vem ao encontro do espectador.

O ângulo reto, assim criado pela perspectiva, forma um triângulo cuja hipotenusa coincide com um curral de pesca feito de galhos finos, secos, desfolhados. Essa divisória, focalizada de baixo para cima mas em linha inclinada e direcionada agora da direita para a esquerda, corta a folha da fotografia ao meio fazendo resultarem, da forma retangular e vertical desta, dois triângulos retos imperfeitos. Desta maneira, toda a dimensão da foto se dinamiza graças ao movimento impresso por um jogo de vetores, que se inicia no canto esquerdo inferior, caminha sobre a borda inferior da foto, para descrever em seguida uma curva para cima. Lança-se, então, para a esquerda em linha inclinada, acompanhando o trajeto da cerca do curral de peixe a partir de sua ponta localizada no lado direito. O final desta, situada fora da área fotográfica, cruza no alto com o caminho percorrido pelos trabalhadores da esquerda para a direita.

Enfim, há um movimento em Z invertido, de forma que no canto direito superior se localize o ponto de fuga, sugerindo um horizonte que se prolonga para além do campo visual da fotografia.

A paisagem fotografada é, como já foi apontado, a de um açude seco. Esse estado atual, envolvendo a natureza e os homens, traz pressuposto todo um percurso narrativo já realizado, que pode ser sintetizado pelos termos: água – não-água - seca. Esse percurso está sublinhado - enquanto disfórico, resultante de outro, anterior, classificável como não-disfórico pelo menos - pela presença dos restos do curral, como a proclamar: “aqui já houve peixe um dia”.

Façamos aqui uma comparação com outras fotografias. Nas páginas 54 e 68 (nas legendas “Mulher colhendo algodão” e “Reza coletiva em comunidade eclesial de base no Ceará, 1980”) parece um cacto, como imagem barroca: numa, pela contorção dos seus galhos, numerosos, carnudos, ásperos, marcados em seus gomos, no meio da paisagem do algodoal raquítico, como que dando continuidade à figura humana do trabalhador. Noutra, pelo seu tronco pesado, lembrando um ser pré-histórico, másculo, compacto, e que, postado às costas de uma família, oferece-lhe sombra, fazendo-se símbolo encarnado de uma força poderosa. Em ambos os casos, fica a sensação de uma presença, a presença confirmada de um destinador positivo.

Já na foto do açude, alguma coisa desconforta na relação metonímica entre o grupo de trabalhadores e essa paisagem de seca, hiperbolizada por esse chão fragmentado em blocos, retalhado por sulcos profundos, flagrado pela câmara postada quase rente a ele. Um sentimento de desconforto proveniente de uma equivalência, visualmente imposta pela forma da imagem mas pouco clara em seu sentido e razão, entre a cerca seca do curral e a cerca viva dos homens caminhando. A referencialidade da função prática desses currais se esvai, ficando a impressão do caráter tosco da intervenção humana, de sua quase inutilidade. Esta parece suplantada por uma orientação de uma outra ordem que não se consegue apreender muito bem, dirigida por um anti-destinador também não identificável.

Essa mesma relação se vivência quando, numa aproximação metonímica de efeito metaforizante, se colocam de um lado os torrões de terra irregularmente arredondados, ásperos, enegrecidos, e, de outro, os três pés em *close* da fotografia da página contígua: pés de trabalhador braçal, metidos em chinelas havaianas, enrugados pelo barro que ali secara, com dedos e unhas reproduzindo a terra partida. Aí, a terra presa à pele humana perde totalmente qualquer conotação mítica, de regeneração, de matriz fecunda; pelo contrário, empedra aquilo que deveria permanecer humano.

Ao mesmo tempo os três pés, que terminam sinodoicamente três pernas, colocados lado a lado sobre uma base feita de tijolos em fila, reproduzem os dois princípios geométricos citados: do esférico e do linear. Adivinha-se nos pés, que a sola gas-

ta dos chinelos mal separa do chão, uma caminhada do esférico para o linear, como se estivessem submetidos a um processo de reificação, enquanto que nos tijolos, embora gastos pelo uso, a agressividade das bordas inicialmente lineares se mostra abrandada pela sua nova forma abaulada. Em contraste, pois, à áspera dos pés enrijecidos, há suavidade nos tijolos, sublinhada pela claridade da luz, que os humaniza e lhes confere uma força que os torna, ironicamente, capazes de suportar, sem se destruir, o que se encontra encima deles. Novamente aqui o sentimento de um destinador, natural mas anti-humano, oposto, portanto, ao destinador encarnado pelo cacto.

A fotografia do açude é ambígua: em preto-e-branco, não se sabe se se trata de um amanhecer ou se trata de um entardecer. Pelo movimento dos trabalhadores e se toma como referência a localização espacial do açude na foto, com mais razão se diria que se trata de um final de dia de trabalho. A essa leitura denotativa, uma outra se sobrepõe, em direção contrária: de uma parte o indefinível do horizonte para o qual os homens se dirigem, ironicamente situado no alto da fotografia; de outra, o bem assentado do fundo do açude seco. Colocado este junto à câmera, faz surgir um sentimento irônico que se poderia traduzir por qualquer coisa como uma chamada de atenção para o que não se pode nunca esquecer, apagar: o que está pressuposto aí a toda ação, a todo comportamento e atitude humana - a água mas ausente. Daí o baldado do trabalho humano e a sugestão de uma circularidade irônica e dramática: os homens caminham para trás da fotografia, saindo pelo canto direito superior, mas a virtualidade de seu reaparecimento no canto esquerdo inferior não está descartada.

Os princípios do esférico e do linear podem ser avaliados mais claramente nas últimas fotografias do livro: em duas páginas, focalizam os acampamentos de 2.800 famílias no sertão do Xingó, a sua invasão e a marcha para a invasão. Enquanto a penúltima fotografia abarca a linha de frente da marcha, cujo volume é dada pela largura da coluna que ela forma, a anterior faz uma tomada em plano médio de uma assembléia em momento de votação. O que prevalece, sobre a expressão dos rostos, é o movimento superativo, de baixo para cima, dos braços levantados e das mãos fechadas, que se



Figura 2.

repetem, se prolongam, se imitam nas foices erguidas. O traço masculino, vertical, ferino da rigidez do instrumento, no entanto, recebe um toque de flexibilidade, de bom-senso, de verdade, na superfície plana da lâmina recortada em arco, sem que a fortaleza que a sustenta seja negada. Como se o masculino e o feminino se fundissem mas o feminino detivesse o domínio, a rédea.

Vejamos ainda a fotografia das páginas 88 e 99, de uma paisagem do lixo urbano, lançado sem qualquer cuidado junto e ao longo de uma estrada. O sentido desta, de lugar de percurso do humano, é reforçado pelas duas bicicletas e pela moto flagradas em movimento. Mas esse aporte do humano é neutralizado, torna-se impotente, insignificante nessa paisagem. Os sacos - arrendados, mais pesados - de lixo dispostos na parte inferior da fotografia, de forma visualmente caótica, são retomados ambigüamente, numa faixa horizontal no centro da foto, pela sequência de travessões dos postes de luz. Como que se apossassem desse espaço, superior, aberto, mais claro do céu, os vultos eretos, escuros, dos postes - sem que a sua desordenação quanto ao tamanho e disposição, comprometa a idéia de continuidade - se contrapõem às paralelas inferiores traçadas pela estrada em cor mais clara, bordeada pelo lixo, em contigüidade à

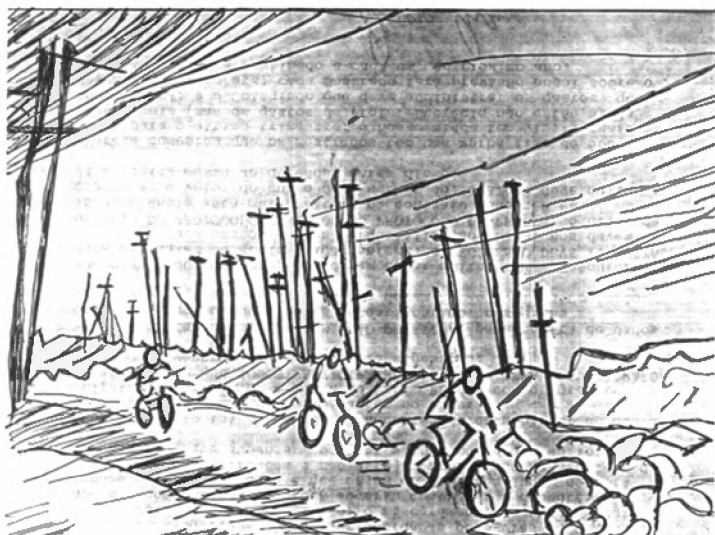


Figura 3.

faixa escura delimitada pelo campo aberto que separa a terra do claro do céu. Mas essa verticalidade parece estar ali para retomar no alto o que está cá em baixo: os volumes individuais do lixo ecoam nos segmentos descontínuos dos travessões no alto de cada poste. Sem o peso daqueles, os travessões ocupam um lugar intermediário aligeirando gradativamente as figuras, em direção à leveza do céu. Mas, ao chegar aqui, o olhar do espectador volta a ficar como que preso, tanto nesses postes verticais como na profusão horizontal de fios elétricos que, apesar do suporte dos postes, parecem soltos como verdadeiros donos do céu. Ao ultrapassarem os limites da foto, abrem espaço pelo campo cego afora.

Apesar disso, essa reiteração de linhas paralelas associada à profusão, ao excessivo das mesmas figuras e em seqüência, conduz à idéia de força, de domínio, sempre desumanizador.

Nas páginas 76/7, o tema é retomado, focalizando a ação dos catadores de lixo. Nela o espraiado do terreiro-depósito se confunde com a amplidão do horizonte como se um se prolongasse no outro, ou um se reproduzisse no outro. A mesma contigüidade se observa também com relação à população: homens e urubus convivem no mesmo espaço, dividem a partilha dos dejetos. Numa rela-

ção de equivalência absurda, a metonímia pode levar à metáfora: vindos do céu, os pássaros negros se transformam em companheiros dos catadores de lixo, numa convivência pacífica, como indicam os urubus, em número razoável, pousados no chão. Invertendo-se a ordem dos termos, pode-se ler esses homens, carregando nas costas essas cestas-tambores, como novos urubus terrestres.

Nas fotos analisadas o mundo referencial, que compõe o nível da comunicação, uma vez debastado, é reordenado segundo estruturas desenhadas principalmente pela figura geométrica do círculo e da linha, que as mais das vezes se reiteram pelo procedimento do paralelismo. Essas disposições geométricas, como travas que sustentam a foto-texto, geram sentidos, embora presos ainda ao nível segundo da proposta barthesiana, ao nível simbólico – referencial, diegético, histórico etc., a que ele denomina da *significação*. O primeiro deles seria o de jogo de espelho, em que se duplica uma imagem numa estrutura elementar. Como a manifestação do termo ausente, negado, fundo sobre o qual se projeta a figura? Ou seja, em sentido contrário, a passagem da *significação* para a *significância*?

Bibliografia

- BARTHES, R. 1984. *O óbvio e o obtuso*. Trad. Isabel Pascoal. Porto: Ed.70.
- _____. 1984b. *Câmara clara*. Nota sobre a fotografia. Trad. J.C.Guimarães. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, b.
- DUBOIS, Ph. 1994. *O ato fotográfico*. Campinas: Papirus.
- GRUPO M. 1993. *Tratado del signo visual*. Madrid: Cátedra.
- MIYAZAKI, T.Y. 2001. La referencialidad despótica y la liberación retórica: lectura de fotografías de Sebastião Salgado. *Significação*- Revista brasileira de semiótica, nº 16. p.79-97
- _____. 2001. Pañuelos, sombreros y guirnaldas: ronda femenina em fotografias de Sebastião Salgado. *Escritos. Revista del Centro de Ciencias del Lenguaje*.n.º 24. Puebla: Univ. Autónoma de Puebla, Jul.Dic. p.71-84.
- SALGADO, S. 1997. *Terra*. S.Paulo: Cia das Letras.

Publicidade e mito

MALENA SEGURA CONTRERA

Universidade Presbiteriana Mackenzie
Universidade Católica de Santos

Resumo

O presente artigo propõe uma reflexão sobre a presença de recursos míticos na produção e no fazer publicitário de nossa sociedade. Aponta relações entre comunicação e cultura, situando a produção publicitária no universo dessas relações e apontando para o uso que a publicidade realiza de conteúdos míticos e de práticas de ritualização para evocar padrões de identificação com o consumidor. Ressalta a distinção existente entre dois usos distintos para a palavra “mito”, mostrando as diferenças básicas de sentido, natureza e intenção de cada uma dessas acepções. Sugere ainda a necessidade de uma maior seriedade no tratamento dado até então à questão de que as práticas publicitárias atuais ignoram, ou preferem ignorar, a dimensão ética no uso que fazem desses recursos míticos e rituais.

Palavras-chave

mito, publicidade, comunicação, cultura

Abstract

The current article propounds a reflection about the presence of mythical resources in the publicity producing and doings of our society. In addition, indicates the relations between communication and culture, setting the publicity production into the universe of these connections and pointing out the publicity use of mythical contents and ritualization practices to evoke identification patterns with the consumer. Moreover, emphasizes the distinction between the two distinct usages to the word “myth”, showing the basic differences from sense, nature and intention of each meaning. Furthermore, suggests the necessity of a further severity in the approach concerning the issue that the current publicity practices overlook, or prefer ignore, the ethical dimension in the use done with these mythical and ritual resources.

Key words

myth, publicity, communication, culture

Durante vários anos ministrei aulas e orientei trabalhos de conclusão nos cursos de Publicidade, Propaganda e Marketing, na área de Comunicação, em universidades de São Paulo, e quanto mais me detinha na análise do universo da comunicação contemporânea, mais era-me impossível não perceber a presença constante de aspectos míticos nas mais diversas situações e meios comunicativos: na telenovela e nos programas de TV em geral, no cinema, no jornal¹ e demais impressos, no rádio. E, como não poderia deixar de ser, já que se trata de uma prática comunicativa, na publicidade.

Uma das maiores contribuições que uma compreensão, mesmo que básica², da mitologia e de como ela opera na publicidade pode nos trazer é a de não permitir que percamos de vista a complexidade e a riqueza do processo comunicativo e as mais profundas motivações que operam por detrás de técnicas e peças publicitárias específicas.

Afinal, foi buscando entender quais as motivações profundas existentes por detrás de algumas campanhas e situações publicitárias de sucesso, capazes de estabelecerem vínculos comunicativos eficazes na mobilização e influência da opinião pública, que acabei por deparar-me nessa área com um universo mítico por mim já conhecido. Seria impossível não tê-lo identificado.

-
1. A penetração dos mitos no universo da telenovela, do cinema e do jornal impresso já foi por mim analisada mais atentamente no livro *O Mito na Mídia*.
 2. Este texto pretende focar o tema de forma introdutória, visto que foi feito para alunos de graduação e a eles se dirige.

O próximo passo foi entender como esse universo mítico tem se reapresentado nas situações comunicativas sociais contemporâneas: os mecanismos de linguagem operados para que esse universo mítico irrompesse em toda a sua força e poder; poder que se torna sempre mais perigosamente “eficiente” quanto mais inconscientemente opera. Meus alunos e eu mesma, muitas vezes, nos surpreendemos muitíssimo com a situação dupla encontrada nesses casos, frente ao poder de se evocar o melhor e o pior de cada um de nós - e da sociedade em geral - quando se lança mão desses recursos míticos.

E quando transitamos por esse tema, sempre esbarramos em uma importante questão ética: quem cria essas peças publicitárias tem consciência de estar lidando com registros tão inconscientes e enraizados no homem e, até por isso mesmo, tão eficientes para a influência da formação de valores, de hábitos de consumo, da própria sociedade, enfim? A resposta pode ser sim e/ou não.

Contemporaneamente, e desde o surgimento e expansão da mídia eletrônica e da cultura de massas, surge um novo significado para a palavra mito; ele passa a ter duas acepções diferentes, com pontos comuns mas que se diferenciam em essência. Essa “dupla identidade” costuma causar um enorme mal entendido quando se fala de mito com não-especialistas.

Esse mal entendido ainda se agrava quando consideramos o fato de que há no mito propriamente dito uma ambivalência própria. É com muita pertinência que o psicólogo James Hillman (*Entre-Vistas*: 51) nos chama a atenção para o fato de que a linguagem mítica seja provavelmente cheia de paradoxos, de figuras de contradição para, entre outras coisas, evitar um certo literalismo nas interpretações que normalmente acarretaria um comprometimento das mais autênticas possibilidades de revelação de sentidos contidos no mito.

Isso leva-nos a pensar que esse caráter paradoxal da linguagem mítica presta-se especialmente bem à representação dos fenômenos complexos que não podem ser causalmente ou linearmente enfocados, servindo como uma forma de representação que evite esse literalismo que Hillman aponta como sendo o principal traço redutor e destruidor da riqueza imaginativa da psique.

Mas esclarecido o ponto de que não estamos falando dessa ambivalência interna e criativa do mito, há de fato em nossa socieda-

de contemporânea, como já dissemos, duas acepções diferentes de mito. Vamos a elas.

De mitologia e das mitologias

Se perguntamos ao *Novo Dicionário da Língua Portuguesa*, de Aurélio Buarque de Holanda Ferreira, sobre o que é mito, encontraremos definições mais ou menos opostas. Agrupei essas definições aqui de forma a já apontar para as duas diferentes concepções usadas atualmente para mito:

1. Narrativa dos tempos fabulosos ou heróicos. 2. Narrativa de significação simbólica, geralmente ligada à cosmogonia, e referente a deuses encarnadores das forças da natureza e/ou de aspectos da condição humana. 6. Representação (passada ou futura) de um estágio ideal da humanidade. 9. Filos. Exposição de uma doutrina ou de uma idéia sob forma imaginativa, em que a fantasia sugere e simboliza a verdade que deve ser transmitida. 10. Filos. Forma de pensamento oposta à do pensamento lógico e científico.

2. Representação de fatos ou personagens reais, exagerada pela imaginação popular, pela tradição, etc. 4. Pessoa ou fato assim representado ou concebido: Para muitos, Rui Barbosa é um mito. Sin., (relativo à pessoa) nesta acepção: monstro sagrado. 5. Idéia falsa, sem correspondente na realidade. 7. Imagem simplificada de pessoa ou de acontecimento, não raro ilusória, elaborada ou aceita pelos grupos humanos, e que representa significativo papel em seu comportamento. 8. Coisa inacreditável, fantasiosa, irreal, utopia.

De cada um dos dois grupos de definição, destaquei algumas partes, em específico as que, de certa maneira, representam a idéia geral das outras definições.

Como vemos, estamos diante de uma palavra que abriga idéias opostas: mito é uma narrativa simbólica que representa forças da

natureza e aspectos da condição humana (o que o torna absolutamente relevante e revelador) mas é, ao mesmo tempo, imagem simplificada e redutiva, idéia falsa, irreal, no entanto aceita pelos grupos humanos influenciando significativamente em seu comportamento (o que o torna ideologicamente muito suspeito).

Essa ambigüidade, na realidade, revela a própria cisão dissociativa pela qual o pensamento humano passou desde a época do nascimento do mito até os dias de hoje. Se inicialmente a capacidade imaginativa - mítica - era considerada legítima e reveladora de aspectos psicológicos e existenciais que através dela se faziam conhecer melhor, ao sujeitarmos-nos historicamente a um modelo de pensamento racionalista³, toda a criação da imaginação passa a ser mal-vista, autorizada “apenas enquanto arte” (como se a arte pudesse ser restritiva), ou reprimida e renegada à instância das patologias psicológicas.

Sobre esse descaso quanto aos processos imaginativos, o psicólogo James Hillman coloca:

E este concretismo desalmado domina tanto o projeto da bomba de nêutrons como a atitude terrorista, e isso mostra que eles partilham a mesma realidade arquetípica, a mesma insanidade. Ambos acreditam que o que existe de mais real são as estruturas externas e físicas. Concretismo desalmado. Acredito que o que há de mais real são as estruturas da consciência, da imaginação, de forma que quando as idéias se movimentam, quando a mente se movimenta, quando as imagens se movem, as outras coisas também se movem. (J. Hillman, 1989, pp. 126-127)

Quando domina esse tipo de pensamento, que Hillman chama de “concretismo desalmado”, a produção da imaginação e, con-

3. Essa questão é extremamente importante quando se pretende entender, com mais profundidade, as transformações históricas pelas quais o conceito de mito passa, seguindo um movimento maior de transformação do próprio pensamento humano. Para quem quer se aprofundar nessa questão, sugiro a leitura dos livros *O Ponto de Mutação* e *A Teia da Vida*, de F. Capra; bem como do livro *O Erro de Descartes*, de R. Damásio.

seqüentemente, o pensamento mítico, passam a ser tão desautorizados e reprimidos que vemos uma situação na qual, como concluiu o fundador da psicologia profunda, Carl G. Jung, *os deuses se tornam doenças*.

Mas como nasce o pensamento mítico original, afinal? A que tipo de situação ou necessidade humana ele responde?

Mito e origem - mito e arquétipo

Por que somos tão ávidos por um mexerico, e por que a maledicência é tão grosseiramente rentável? O mexerico é, afinal, uma atividade primária de almas em confusão. Estas histórias exprimem a função mitopoética da psique ao nível pessoal de contar histórias, de fabular. (J. Hillman, 1984, p. 34)

É pensando na força da fofoca que o psicólogo J. Hillman conclui que, mais do que fome de mexerico, o ser humano tem fome de histórias, de narrativas.

Isso explicaria muito do sucesso da indústria do boato, principalmente o boato que se utiliza dos meios de comunicação de massa, capazes de determinar eleições e fazer que o consumo de um produto se altere radicalmente. Quem não se lembra da maneira como uma emissora de TV brasileira praticamente elegeu um presidente para depois, invertendo todo o seu discurso, apoiar a sua interdição⁴?

Mas que necessidade humana tão grande de narrativas, de histórias, é essa que, na falta de coisa melhor, alimenta-se de boataria, de mexerico? Qual o papel que esse “contar histórias” desempenha, afinal?

O antropólogo da complexidade, Edgar Morin, ao falar sobre o surgimento do *homo sapiens*, sinalizando para o processo de emergência desse ser complexo que se diferencia dos outros hominídeos e que virá a constituir o que chamamos de espécie humana, refere-se com muita clareza ao papel da construção dessas estruturas de pensamento imaginativas que nascem como uma

4. O caso Fernando Collor de Melo.

forma de resposta à consciência de suas próprias limitações quando o homem se depara com sua mortalidade.

O homem lança mão de recursos de linguagem, recursos cognitivos; sistemas de organização espaço-temporais por meio dos quais o homem vai organizando a realidade assimilada, especialmente significativos na medida em que são maneiras de organizar, através de uma ação imaginativa, questões que se apresentam especialmente angustiantes e geradoras de ansiedade no homem. Essa ansiedade é aqui entendida como decorrente e, ao mesmo tempo, agravante do surgimento de uma tomada de consciência do eu, da consciência de que somos entidades separadas do mundo na medida em que não somos mais inconscientemente ligados ao ambiente e às outras pessoas (como ocorre na relação bebê/mãe).

Ele diz, sobre essa ansiedade, que:

A ansiedade é produto, e também produtora da hipercomplexidade (do homo sapiens-demens). Ela vai estimular a curiosidade, e a pesquisa errante em todos os sentidos, da verdade que explica, da certeza que se esquiva, da felicidade que é devida, e esta pesquisa vai assumir uma dimensão espantosa. Vai, ao mesmo tempo, sustentar as crises e ser por elas sustentada. Vai estimular e alimentar os mitos, as magias, as religiões, que contrabalançam a demasiadamente grande incerteza do tempo, a demasiadamente grande angústia da morte. (Morin, 1988, p. 138)

Sobre o papel dos mitos nesse momento da irrupção da consciência e da ansiedade que a acompanha, Morin ainda coloca:

Portanto, tudo nos indica que o Homo sapiens é atingido pela morte como por uma catástrofe irremediável, que vai trazer consigo uma ansiedade específica, a angústia ou horror da morte, que a presença da morte passa a ser um problema vivo, isto é, que trabalha a sua vida. Tudo nos indica igualmente que esse homem não só recusa essa morte, mas

que a rejeita, transpõe e resolve, no mito e na magia.
(Morin, 1988, p. 95)

O pensamento mítico nasce como resultado da formação de estruturas cognitivas (narrativas, histórias) que possibilitem uma nova organização dos dados limitadores e angustiantes da realidade, uma nova organização que se dá na realidade imaginada.

Ou seja, o homem inicialmente desenvolve uma imensa capacidade imaginativa como uma forma de controlar uma situação de crise real e objetiva, utilizando para esse controle sua capacidade de criar uma outra realidade: a realidade da imaginação, da arte, do universo representado, da linguagem.

No processo de representação do mundo o homem transforma a realidade. Esse ato de transformação tem como objetivo primeiro sua necessidade primitiva de se apropriar e, de alguma maneira, “controlar” a situação, apaziguando sua angústia de modo a tornar possível sua sobrevivência.

Dessa forma, criar, representar, contar histórias não são um luxo reservado a poucos “eleitos” (os artistas, os publicitários, os dotados etc.); é, sim, antes de mais nada, uma atividade que nasce com o próprio homem, uma necessidade surgida de uma luta básica pela sobrevivência.

Tornando-se um ser “imaginante”, o espaço do seu imaginário acaba servindo como o palco da elaboração de muitos conflitos e crises antes insolúveis.

Essa dinâmica nos remete ao conceito de primeira e segunda realidades apresentado pelo semioticista da cultura Ivan Bystrina que propõe a classificação de dois tipos básicos de realidade: a primeira realidade, biofisiológica; e a segunda realidade, simbólica, imaginativa e cultural (in *Semiotik der Kultur*).

Vale sempre ressaltar que o próprio Bystrina chama-nos a atenção sobre não ser absolutamente possível dissociar a ação dessas “duas realidades” (categorizadas mais como um recurso metodológico para a apreensão desse processo do que como instâncias separadas e autônomas em si). Ou seja, vale lembrar o exemplo de O. Wells: se fôssemos informados, por uma mídia de grande

credibilidade junto à opinião pública, sobre um ataque dos marcianos à Terra, antes mesmo de podermos constatar isso factualmente, ou de sofrermos na “pele da primeira realidade” esse ataque, muitos de nós talvez tivessem um enfarte ou coisa assim. Na realidade, neste caso, o que estaria nos matando não teria sido algo de origem concreta, já que o ataque só ocorrera de fato no universo da linguagem, da literatura, mas sim uma informação capaz de acionar todo nosso repertório imaginário de representações sobre o que significaria ser atacado por marcianos. O que nos mataria seriam nossas representações sobre o que foi informado, que acabariam gerando uma ação sobre o corpo, sobre o orgânico (o ataque cardíaco).

A medicina psicossomática já apresentou, e vem apresentando, com muita pertinência a efetividade dessa relação entre padrões de pensamentos e sentimentos e reações orgânicas; e toda a ciência contemporânea comprometida com uma visão mais complexa dos fenômenos sabe que essa divisão absolutamente não existe.

Pensando dessa forma, conseguimos entender o poder das representações e percebemos que, se por um lado uma imagem associada à destruição, vinda do nosso universo conceitual, pode gerar uma reação de crise orgânica (o enfarte), por outro lado, uma imagem associada à criação pode ser capaz de reorganizar, via imaginação, uma situação de crise orgânica (as histórias que contamos para acalmar alguém que está em crise). Claro que sempre devemos nos lembrar de estarmos atentos às devidas proporções, sabendo que nada é tão simples a ponto de podermos fazer transposições do tipo: se eu imaginar que não estou doente, estarei curado.

O risco de banalizar esse processo de formação das competências cognitivas e representativas da primeira e segunda realidades que levou milênios para se estabelecer no cérebro do sapiens (cf. E. Morin), essa relação entre real e imaginário, poderia nos tornar presas fáceis desse tipo de armadilha do pensamento com o qual muitas seitas, gurus e ideologias operam.

Cairíamos na armadilha do que J. Hillman aponta como o “literalismo proveniente da incapacidade simbólica”⁵.

5. Para quem deseja se aprofundar nesse ponto, sugiro a leitura das seguintes obras de James Hillman: *Paranóia* e *Entre Vistas*, ambas já publicadas no Brasil.

Ao compreendermos que esse literalismo que Hillman chama de “paranóico” se aplica perfeitamente bem à nossa sociedade, entendemos o que faz com que, na maior parte das vezes, a publicidade possa operar satisfatoriamente com o raciocínio oposto a ele. Como todo extremo chama por seu oposto binário, e nos processos culturais encontra-se com muita frequência esse padrão primitivo binário (bem/mal, tudo/nada, rico/pobre, amor/ódio), esse literalismo encontra seu oposto num processo simplista, porém eficiente, inverso ao literalismo: ao consumir tal produto você não consome o produto em si mesmo, consome toda a carga projetiva de valores que ele representa. O que consumimos é cada vez menos os produtos em si mesmos e cada vez mais os símbolos criados pela Publicidade e Propaganda⁶.

Interpretamos literalmente o que careceria de uma leitura simbólica, imaginativa, e, como consequência disso, cada vez mais nos tornamos incompetentes para ver no concreto o que realmente está lá. Literalizamos quando deveríamos interpretar; e abstraímos, virtualizamos, quando deveríamos estar atentos ao concreto (vivendo o corpo ao invés de consumir as imagens do corpo, por exemplo). Cada vez mais compramos - e vendemos - “gato por lebre”, já que, afinal, não importa o que se compra, mas sim o que se acredita estar adquirindo, ou ainda o próprio gesto de comprar. Comprando, participamos do ritual do consumo que possivelmente seja, nas megacidades contemporâneas, um dos poucos rituais acessíveis e abrangentes.

Nesse caso, teríamos de estar atentos quanto ao risco das oposições simplificadoras: desconsiderar o poder da segunda realidade, do imaginário, das imagens, das histórias seria tão obtuso quanto atribuir a elas um poder absoluto. O segredo encontra-se exatamente em aprender a “ler” essa relação sempre peculiar que se dá entre o concreto e o imaginário em cada sociedade, em cada cultura, em cada caso (e em cada público).

6. O teórico da comunicação Jean Baudrillard apresenta esse processo em vários de seus livros, mas com especial clareza em *O sistema dos objetos* e *A sociedade do consumo*, livros que recomendo para quem deseja se aprofundar nessa questão.

Algumas dessas relações são mais gerais e universais; outras, mais específicas e particulares. Os mitos se encontram exatamente entre os padrões de relações universais.

Quem se dedica ao estudo da mitologia comparada vê muito claramente que se está lidando com um princípio universal. Esse princípio criativo que o mito traz em si desde o seu surgimento, ele mesmo surgindo como uma maneira criativa de lidar com as limitações da realidade orgânica, é universal não só porque é encontrado em diferentes culturas, mas também por se reapresentar em diferentes épocas. O mito é, por exemplo, posto em ação até hoje por nós quando sentimos a necessidade de criar “peças” comunicativas que encenem os conteúdos que nos atormentam ou nos ameaçam por serem decodificados/entendidos por nós como sendo perigosos. Isso lança uma luz sobre o fato do porque 90% dos temas abordados pelos meios de comunicação são mortes, catástrofes, tragédias, fome, miséria.

Mais do que apenas um gosto mórbido pela desgraça, ao fazer dessa desgraça seu principal tema, nossa sociedade midiaticizada sinaliza o grau de sua insegurança e angústia. Quando algo nos incomoda terrivelmente tratamos logo de nos defender com histórias de todo tipo: prolongamos por meio dos textos que criamos o tempo de vida de quem terminou organicamente, ou seja, morreu. Exemplo claro desse mecanismo são os programas televisivos e os impressos “especiais” elaborados (e consumidos vertiginosamente) quando alguém de destaque morre (Ayrton Senna, Lady Diana, etc.)⁷. Parece que há nessa reação uma tentativa de inverter a morte por meio de uma ação imaginativa, contando-se histórias de todo o tipo sobre a vida dessas pessoas.

Sobre como o mito é gerado nessa inter-relação entre a primeira e a segunda realidades, a fala do mitólogo Joseph Campbell também é bastante clara:

Como os sonhos, os mitos são produtos da imaginação humana. Suas imagens, em consequência, embora oriundas da

7. Sobre como os jornais noticiam a morte, recomendo a leitura do trabalho de Milton Pelegrini, *A morte informada*.

mundo material e de sua suposta história, são, como os sonhos, revelações das mais profundas esperanças, desejos e temores, potencialidades e conflitos da vontade humana - que por sua vez é movida pelas energias dos órgãos do corpo que funcionam de maneiras variadas uns contra os outros, e em concerto. Ou seja, todo mito, intencionalmente ou não, é psicologicamente simbólico. Suas narrativas e imagens devem ser entendidas, portanto, não literalmente, mas como metáforas. (Campbell, 1991, pp. 49-50)

C. G. Jung dizia mesmo que “os mitos são os sonhos da cultura”. E todos sabemos como nosso organismo reage fisiologicamente aos conteúdos de nossos sonhos enquanto sonhamos.

Outro conceito análogo ao de “padrões de relações” que poderíamos lembrar para entendermos melhor esse processo metafórico, psicologicamente simbólico, do qual Campbell fala, seria o de *arquétipos*.

A palavra arquétipo, do grego *archétypon*, etimologicamente significa: modelo de seres criados, padrão exemplar, protótipo. Ou seja, um tipo original, que, por estar na constituição primeira e básica do humano, aplica-se à espécie enquanto um todo.

C. G. Jung contribuiu enormemente para a ampliação do conceito de arquétipo, um dos pontos principais de toda a sua obra. Diz ele:

Os arquétipos são formas de apreensão, e todas as vezes que nos deparamos com formas de apreensão que se repetem de maneira uniforme e regular, temos diante de nós um arquétipo, quer reconhecamos ou não seu caráter mitológico. (Jung, 1986, p. 73)

E em outro momento:

... naturalmente não se trata de idéias hereditárias, e sim de uma predisposição inata para a criação de fantasias paralelas, de estruturas idênticas, universais da psique, que mais

tarde chamei de inconsciente coletivo. Dei a estas estruturas o nome de arquétipos.” (Jung, 1989, p. 145)

Jung chama a atenção para a relação existente entre arquétipo e mito e ressalta que não se trata de idéias hereditárias, deixando de lado qualquer visão determinista. Em outro momento ainda complementa sua visão de arquétipo ressaltando seu caráter imagético, vendo-o como “um modo de apreensão”:

... a maneira pela qual o homem pinta internamente o mundo permanece, a despeito de todas as diferenças de detalhe, tão uniforme e regular como suas ações instintivas... ; para explicar a uniformidade e a regularidade de nossas percepções, temos de recorrer ao conceito correlato de um fator que determina o modo de apreensão. É este fator que chamo arquétipo ou imagem primordial. A imagem primordial poderia ser descrita adequadamente como a percepção que o instinto tem de si mesmo. (CW, VIII, 277 - citado por J. Hillman, 46)

Interessante ressaltar que, contrariamente a muitos pós-junguianos, Jung jamais fez uso banal desse conceito, utilizando-o como uma receitinha pronta para ser imposta ao objeto por ele observado. Ele chegou mesmo a aconselhar (in *Sonhos, Memórias e Reflexões*) que o psicólogo, e quem se vale de qualquer teoria psicológica, deveria estudar e conhecer todas as linguagens simbólicas arquetípicas que pudesse: a alquimia, a mitologia, etc.; mas que, ao estar frente a frente com um paciente, deveria “esquecer” tudo isso e olhar atentamente para seu paciente. Ou seja, respeitar as singularidades de cada caso.

Aproveitando esse conselho e transpondo-o para o universo da publicidade, teríamos algo assim: saiba tudo que puder sobre os conteúdos e técnicas da sua área, estude as campanhas bem sucedidas e entenda o que não deu certo nas campanhas que fracassaram, mas frente a um problema de comunicação, não se esqueça de por todo esse conhecimento a serviço do problema apresentado. Não

faça jamais o contrário, não faça de um caso um pretexto para exibir seu suposto talento; coloque o seu talento a serviço do seu caso. E, para começar, “leia” atentamente o que o caso apresenta. Só partindo de uma correta leitura inicial de um caso pode se saber qual o desenvolvimento necessário para atingir o que se objetiva.

Isso presumiria que não se negligenciasse as etapas de pesquisa e planejamento de uma campanha, etapas que requerem uma boa competência de leitura do caso em questão, de seu histórico, de suas relações com o meio objetivo e ... imaginário. Sabemos que a cultura muitas vezes determina totalmente a aceitação ou não de um produto, de acordo com a maior ou menor capacidade que ele tenha de evocar conteúdos do imaginário, provocando ou não uma identificação do público consumidor. Afinal, o que não tem vínculos comigo não é capaz de me comunicar nada, e muito menos de provocar em mim uma resposta (e ainda menos o desejo que me leva a consumir).

Pode parecer banal, mas é só olhar a pasteurização e a obviedade (sem falar na ineficiência) de alguns trabalhos da área de comunicação para vermos que esse princípio de C. G. Jung não deve ser tomado por óbvio demais para merecer a atenção devida.

Há uma enorme quantidade de livros, palestras e *workshops* sobre a área de comunicação (especialmente Publicidade e *Marketing*) que propõem modelitos estereotipados de ação, receitas prontas que não apresentam a menor proposta de reflexão, a menor habilidade imaginativa para “ler” adequadamente os fenômenos da comunicação e da cultura.

A consciência de como a publicidade lida com esses padrões arquetípicos presentes no imaginário de uma cultura é uma questão ética da maior importância e talvez fosse adequado que, em algumas situações, um mitólogo ou especialista em comunicação e mitos fosse consultado, como fizeram S. Spielberg e G. Lucas com o mitólogo J. Campbell quando faziam o filme “Guerra nas Estrelas” (cf. *O poder do mito*). Afinal, se vou ajudar a vender um produto (seja ele um objeto, uma imagem ou uma ideologia), se vou colocar minha competência técnica e os meios dos quais disponho para levar as pessoas a consumirem esse produto, seria conveniente que, ao menos, eu estivesse consciente dos custos reais - e imaginais - dessa ação.

E essa questão da relação custos/benefícios não só econômicos, mas também culturais de uma ação nos remete à segunda acepção de mito.

Mito e estereótipo: a pasteurização contemporânea do mito

Edgar Morin, em *Cultura de Massas no Séc. XX*, cita um fenômeno cultural que ele diz se encontrar nas raízes do consumo moderno - e, diríamos nós, da comunicação moderna e contemporânea. Ele afirma que a cultura de massas, para atingir seus objetivos e estender sua ação ao âmbito mais geral possível, influenciando a opinião pública na enorme escala pretendida, precisou encontrar uma forma de homogeneizar o gosto público que iria criar o consumo em escala adequado à nova forma de produção industrial em série.

Para formar esse novo gosto que sirva a esse objetivo:

... é possível uma organização burocrático-industrial da cultura. Essa possibilidade reside, sem dúvida, na própria estrutura do imaginário. O imaginário se estrutura segundo arquétipos: existem figurinos-modelo do espírito humano que ordenam os sonhos e, particularmente, os sonhos racionalizados que são os temas míticos ou romanescos. Regras, convenções, gêneros artísticos impõem estruturas exteriores às obras, enquanto situações-tipo e personagens-tipo lhes fornecem as estruturas internas. A análise estrutural nos mostra que se pode reduzir os mitos a estruturas matemáticas. Ora, toda estrutura constante pode se conciliar com a norma industrial. A indústria cultural persegue a demonstração à sua maneira, padronizando os grandes temas romanescos, fazendo clichês dos arquétipos em estereótipos. (Morin, 1990, p. 26)

Estamos lidando aqui com um outro conceito de mito: o da criação de tipos, os chamados *mitos da mídia*, criados a partir de

uma estética do estereótipo da produção em série, com o objetivo de incentivar o consumo em massa.

Aqui temos uma situação que se dá a partir da cultura de massa: a noção de pertencência e participação cultural, fundamental para o sentido de identidade sociocultural, é substituída pelo consumo. Tenta-se continuar pertencendo ao grupo através da única ação partilhada possível, depois de extintos os rituais de participação e a relação com o mítico-religioso: a ação do consumo.

Mas por que essa necessidade aparentemente exagerada de pertencer ao grupo, mesmo que isso signifique consumir, consumir, consumir? Essa necessidade de pertencência aponta para a questão-chave do processo que está por trás de toda a vida: a da formação de vínculos. Sem a formação de vínculos não há nenhuma possibilidade de comunicação em nenhuma instância de vida; dos microorganismos às sociedades, os vínculos são a premissa básica para a formação dos vasos comunicantes capazes de alimentar e manter vivo qualquer sistema.

Sobre o papel e a importância dessa “pertencência”, dessa rede de ligações significativas que está no cerne de toda a vida, o etólogo Bóris Cyrulnik diz:

É preciso, pois, pertencer. Não pertencer a ninguém é não se tornar ninguém. Mas pertencer a uma cultura é tornar-se uma pessoa única...A pertença tem dois lados: a familiaridade e a filiação. A familiaridade é um sentimento que se experimenta e se reforça no cotidiano porque se enraíza na sensorialidade dos estímulos da vida doméstica. O sentimento de filiação, por sua vez, só existe na representação psíquica que se enraíza no contexto cultural. A familiaridade se alimenta de biológico, de memória e de sensorialidade cotidiana, ao passo que a filiação se alimenta de cultura. (Cyrulnik, 1995, p. 75)

Vivemos atualmente uma espécie de falência das experiências interpessoais cotidianas, que se tornaram aprisionadas por um modo de vida estereotipado (que limita as experiências pessoais mais

particulares) típico das sociedades de massa. Isso resulta num enfraquecimento do sentimento de familiaridade que Cyrulnik cita. Não podemos ter familiaridade se nossas percepções sensoriais (os sentidos corporais) estão embotadas e nossa memória em crise.

Resta-nos, então, para sentirmo-nos pertencentes, coligados, o sentimento de filiação que se dá, na maioria das vezes, no gesto de compartilhar histórias, crenças, imagens (conteúdos do imaginário cultural), vinculando-nos ao universo simbólico criado pelos meios comunicativos que veiculam esses conteúdos. Acabamos, de fato, criando vínculos com os próprios meios: todos juntos assistindo às copas mundiais de futebol, através dos canais de tv que mostram as mesmas imagens no mundo todo.

O teórico da comunicação, Vicente Romano, chama-nos a atenção para um fenômeno moderno que esclarece um pouco a respeito de como a comunicação está relacionada à essa crise da familiaridade e das percepções sensoriais; a predominância cada vez maior do uso da mídia eletrônica na comunicação. A mídia eletrônica privilegia os sentidos à distância, ou seja, a visão e a audição, em detrimento de outros meios de comunicação que privilegiam os sentidos de proximidade corporal: o olfato, o tato, o paladar. É como se toda nossa herança religiosa judaico-cristã de culpa enfim nos convencesse da impureza e do pecado que o corpo representa. E nós, sem percebermos, damos prova de que concordamos com isso na medida em que acatamos cada vez mais a mídia à distância, os mundos encantados do virtual.

V. Romano nos apresenta essa situação, falando sobre a situação vigente nessa sociedade dos meios eletrônicos:

Lo atmosférico, el ambiente que convierte la expresión perfecta en acontecimiento, es irrepitible. Pero los medios técnicos de comunicación se orientan por la repetición. No transmiten ningún contacto con la piel, ningún sabor ni olor, necesarios para la vivencia (Erlebnis). Sirven, satisfacen, a la vista y al oído, mientras que los otros sentidos perciben en el ámbito elemental... el lenguaje se somete a la ley de la economía de señales... La economía de señales es una cuestión de poder. El poder de unos seres humanos sobre otros se inicia con la

incautación de biotiempo subjetivo de otros para los mensajes del comunicador. (Romano, 1993, p. 91)⁸

Sobre a imensa possibilidade comunicativa do olfato, do tato e do paladar não nos compete falar nesse momento⁹, mas não podemos ignorar que certamente os sentidos da visão e da audição se prestam muito mais à natureza comunicativa dos meios eletrônicos e cibernéticos de comunicação de massa - viabilizadores da reprodução e da repetição. Um odor, uma textura, um sabor, são sempre singulares, intransferíveis, impossíveis de serem vivenciados sem uma proximidade corporal que possibilite e até mesmo exija uma espécie de atitude muito mais participativa do que a do consumo da sociedade de telespectadores na qual nos convertemos.

Frente à perda de identificação com o corpo individual e social, recorreremos às estruturas do imaginário degradado do consumo:

Para Mongardini es la pérdida de identificación con las estructuras y los productos de nuestra cultura la que produce la polarización de lo mágico como unidad sustitutiva de lo real y orientada al sujeto, en vez de la unidad frágil, pero productiva, objetivamente constituida sobre un consenso-identificación... Puede decirse entonces que, en las relaciones sociales, el recurso a lo mágico aumenta en proporción directa con la distancia (psicológica, espacial, etc) y con la disgregación social. (Romano, 1993 pp. 103-104)¹⁰

8. "A atmosfera, o ambiente que converte a expressão perfeita em acontecimento, é irrepetível. Mas os meios técnicos de comunicação se orientam pela repetição. Não transmitem nenhum contato com a pele, nenhum sabor nem cheiro, necessários para a vida (Erlebnis). Servem e satisfazem à vista e ao ouvido, enquanto que os outros sentidos percebem no âmbito elementar... Na imprensa, no rádio e na televisão, a linguagem se submete à lei da economia de sinais... A economia de sinais é uma questão de poder. O poder de alguns seres humanos sobre outros se inicia com usurpação de biotempo subjetivo desses outros para as mensagens do comunicador." (Tradução da autora)

9. Para um maior aprofundamento nesse assunto, recomendo as seguintes leituras básicas: *Os Alimentos do Afeto*, de B. Cyrulnik e *Tocar*, de A. Montagu.

10. "Para Mongardini, é a perda da identificação com as estruturas e os produtos de nossa cultura o que produz a polarização do mágico como unidade substitutiva

No universo da publicidade esse “recorrer ao mágico” para possibilitar o sentimento de filiação, dá-se muito claramente na identificação com determinados produtos e com os grupos que se filiam a esses produtos: somos bebedores de cerveja, somos proprietários de carros da marca tal, somos fumantes do cigarro que nos traz liberdade, somos usuários da grife de roupas x, somos freqüentadores dos lugares “certos” etc.

Vínculos são, portanto, simplesmente essenciais e indispensáveis. E, na falta de vínculos concretos ou de vínculos imaginários mais autênticos e originais, valemo-nos das situações de vinculação dos “mitos midiáticos”. Todos acompanhamos, juntos e vinculados, os rituais televisivos e cinematográficos de idolatria aos artistas do momento.

Estamos, portanto, filiados através dos meios de comunicação de massa que, pelo próprio tipo de códigos com os quais opera (os códigos dos sentidos à distância), não possibilitam uma maior vivência das percepções sensoriais concretas. E se as percepções sensoriais concretas não são matéria-prima dos meios eletrônicos de comunicação de massa, do que eles se alimentam?

Se retomarmos a observação de James Hillman sobre a “avidez por mexericos” com a qual abrimos nosso capítulo anterior, temos aí uma pista. Vemos a manipulação que os meios de comunicação de massa exercem sobre o grande público, garantindo assim a identificação necessária ao consumo, quando operam com imagens que eram originalmente míticas e arquetípicas. Ao submeter esses motivos a um processo de pasteurização, homogeneização e medianez/padronização¹¹, impinge-se a esses motivos uma nova estética que opera a transformação do arquétipo em estereótipo. Acaba-se com a participação no sagrado (própria do mito original) para implantar a passividade voyeurista da idolatria, a cultura dos fãs (e o consumo de produtos a que isso leva).

do real, orientada ao sujeito; em vez de uma unidade frágil, mas produtiva, objetivamente construída sobre um consenso-identificação... Pode-se dizer, então, que, nas relações sociais, o recurso ao mágico aumenta em proporção direta à distância (psicológica, espacial, etc) e à desagregação social.”

11. E. Morin desenvolve com muita propriedade esse processo em seu livro *Cultura de Massas no Sec. XX*, vol. 1.

O que era uma imagem arquetípica, então, é transformada (por meio da perda do todo, por meio da repetição imposta, das estereotípias, da perda da função integradora própria ao mito) em um produto padronizado, criado e ao mesmo tempo criador do que chamamos aqui de mitos midiáticos.

Mas como as imagens arquetípicas do inconsciente coletivo que povoam o imaginário cultural não são imagens das quais a sociedade possa livrar-se conscientemente (elas sempre voltam por mais recalcadas que sejam) ou das quais o grupo social possa prescindir (já que são o grande repertório cultural original), a sociedade contemporânea de massas, voltada para a estética do padronizado, produzido e vendido em larga escala, recolhe da vasta teia de relações do mito um ou outro elemento iconográfico, uma ou outra relação, um ou outro elemento temático, fragmentariamente, destruindo o contexto, eliminando exatamente essa noção de “teia” que caracteriza o mito. Opera-se a redução do mito original ao mito midiático.

Resultado: apresenta-se elementos suficientes para provocar a identificação do público, mas sem respeitar a relação desses elementos entre si e a composição do contexto primeiro, pondo a perder exatamente o caráter complexo, relacional e integrador do pensamento mítico.

Porém, como ocorre com o holograma, o mito muitas vezes encontra caminhos insuspeitos para, a partir de suas partes, evocar no receptor/consumidor a sensação do todo novamente. É como se os arquétipos encontrassem meios de se re-apresentarem, apesar de toda a pasteurização da estética da cultura de massas e dos meios de comunicação eletrônicos. Afinal, o caráter comunicativo que subjaz à própria natureza da mídia, por mais comprometida que ela esteja, resiste e sempre procura uma forma de permanecer. A permanência, aliás, é o primeiro princípio básico de todo sistema.

No entanto, não saberemos jamais ao certo quando essa recomposição hologramática ocorre e teremos sempre de recorrer a um estudo aprofundado sobre as formas de recepção para obtermos essa resposta que será, ainda assim, sempre passível de equívocos (e nessa equivocidade reside um dos grandes dramas das análises de opinião pública).

Isso também torna muito difícil afirmar com certeza, quando surge um “novo mito” (do cinema, da música, do rádio, das mídias de massa em geral), de qual tipo de processo se trata. É preciso observar a reação da cultura frente ao que é apresentado e ver em sua reação se ele evoca uma ação integradora (havendo então uma predominância do arquetípico sobre a padronização), ou se ele evoca uma ação mimético-compulsiva, consumista, replicadora e homogeneizante (havendo nesse caso uma predominância da padronização sobre o arquetípico). Nesse último caso teríamos o chamado mito midiático.

No mito original, os arquétipos do imaginário cultural operam através de padrões universais, mas jamais são redutores. Os padrões universais são constantes, elementos que perduram no tempo histórico e que se encontram em diferentes culturas, sem no entanto negarem as diversidades regionais, os aspectos sociais, o meio-ambiente.

Já no mito midiático, apesar de podermos sempre identificar suas raízes em algum mito original depois perdido, a estereotípia redutora predomina, e a função principal é a de impor modelos a serem reproduzidos em grande escala; ele tenta impor suas máscaras exatamente às custas das diversidades regionais, das realidades ambientais e sociais. É a imagem de Carmem Miranda (ou da Xuxa ou da modelo que está em alta) representando a mulher brasileira para o mundo, a de Marilyn Monroe representando a mulher americana, a de Lady Di representando a mulher inglesa, e assim por diante. Falsos mitos construídos pelos meios de comunicação de massa que sobrevivem às custas do descaso pelas diversidades culturais.

São mitos feitos para aumentar a sensação de impossibilidade de quem os vive, ou de quem com eles entra em relação: nenhum ser humano consegue seguir o modelo dos superstars, ou os padrões estéticos vigentes propostos pela mídia. Basta vermos as síndromes de todo o tipo, que sinalizam esse descompasso entre o que somos e o que os padrões midiáticos e da moda nos intimam a ser: bulimias, anorexias, patologias várias em torno de graus diversos de perda de propriocepção (percepção e consciência de si mesmo) e identidade, próprias de nossa época.

Tenta-se ser igual à tal modelo que, no entanto, é uma imagem; e, tal como é apresentada, não existe sem a mediação da indústria da mídia que se encarrega de realizar o truque do ilusionismo, fazendo tudo parecer possível de ser concretamente vivido, e convidando o grande público à essa realização através do consumo de todo o tipo de produto que carregue em si o símbolo do objeto desejado.

Carentes de vida simbólica, embarcamos no primeiro barco furado, usando como passaporte os cartões de crédito, e, incapazes de abrir mão do desejo e da necessidade de simbolização (traço fundamental do ser humano) consumimos os símbolos que estão à nossa disposição. Abrimos mão do concreto, transformamos nossos corpos em imagens, “des/encarnamos”, numa cadeia de imagens e simulações que não se originam na natureza simbólica do homem, e sem das demandas e modismos do mercado.

Não podemos esquecer, no entanto, de um fator muito importante: o mito precisa ser rememorado para não perder sua validade, todo mito só sobrevive através do ritual.

Os ritos modernos do consumo

Quando nos propomos a estudar o pensamento mítico deparamo-nos necessariamente com os rituais, já que uma das funções específicas do ritual (re-atual) é a de re-memorar o mito, mantê-lo vivo por meio de procedimentos e situações que vão dos mais festivos aos mais sóbrios, mas que têm como característica básica o fato de serem partilhados, de repetirem-se ciclicamente, regularmente, e de possuírem toda uma organização interna.

Sobre o papel do ritual para a vida e para a comunicação, o etólogo Bóris Cyrulnik afirma:

É o ritual que estrutura a comunicação entre dois organismos, duas pessoas ou dois povos diferentes. Esse ritual pode ser descrito em termos etológicos como um verdadeiro ‘intermediário’ sensorial, que permite harmonizar os corpos, comunicar emoções e trocar idéias. (Cyrulnik, 1995, p. 102)

No mito original essa repetição cumpre a função de assegurar a permanência dos conteúdos expressos pelo mito, já que se crê que esses conteúdos nunca estão dados definitivamente, mas sim que estão acontecendo continuamente, através da participação do ser humano na construção e na manutenção de sua existência. O mito carrega imagens que não sobrevivem sem que se volte a imaginá-las periodicamente, ritualmente. O mito se alimenta dessa rememoração que mais do que uma participação passiva do indivíduo, como vemos hoje nos espetáculos em que só se participa virtualmente (o corpo permanece não-participativo, anestesiado), precisa de uma participação ativa cujas atividades principais são alimentar sua relação com o contemporâneo, seus vínculos com o momento presente e organizar a complexa psique humana.

Afinal, se ninguém se lembra de um mito é porque ele já não cumpre mais seu papel central que é o da representação simbólica das questões humanas mais fundamentais; ou seja, ele perdeu exatamente sua principal função, a de ser metáfora de alguns aspectos da vida. Se foi esquecido é porque é uma metáfora que não serve mais, porque não se presta mais à elaboração de aspectos da realidade que precisam ser apropriados/transformados simbolicamente pela consciência do homem.

É certo dizermos que os conteúdos atuais da mídia e da publicidade são exatamente as novas metáforas capazes de representar as questões mais atuais, mas seria uma ingenuidade mortal não perceber que esses novos “textos” desempenham esse papel de forma muito diferente do que os mitos originais o fazem. Basta observar quanto de participação ativa realmente consciente há nos “rituais modernos” de comunicação e de consumo.

Seria mesmo correto dizer que o traço mais essencial do pensamento mítico original que permanece na mídia e na publicidade é principalmente essa *repetição*, essa regularidade, mimese redutora do ritual.

Só que na comunicação de massas contemporânea, essa repetição não serve exatamente aos aspectos participativos e integradores dos mitos. A publicidade, por exemplo, vale-se sempre dessa regularidade, que tem por função gerar a criação de um hábi-

to, para implantar uma marca, um produto, uma imagem qualquer junto ao mercado, e nem sempre realiza isso de modo responsável. Sabemos que o hábito é uma segunda natureza, portanto, para impormos um valor ou criarmos uma necessidade junto ao público consumidor, nada melhor do que sermos regulares: re-apresentarmos milhões de vezes aquilo que todos parecem já saber. Agindo assim, mais do que afirmar sua marca, a Coca Cola, por exemplo, re-atualiza-se e mantém seu feudo no universo do imaginário de uma cultura. E a participação real que está presente no ritual genuíno é substituída pela audiência (consumo imaginal e ideológico) ou pela ação do consumo (de bens concretos).

Quando sabemos da função da repetição e da importância do hábito, entendemos melhor porque somos tão refratários a mudanças estruturais nos meios de comunicação. A telenovela das 20:00 horas, aqui no Brasil, tem de continuar se chamando assim mesmo que vá ao ar quase sempre depois das 21:00 horas. O jornal impresso não pôde até agora mudar suas características físicas (seu suporte papel, seu formato, sua textura etc.), mesmo com os custos do papel cada vez mais exorbitantes e não sendo exatamente prático de se manusear. E o Silvio Santos está a frente de seu programa de tv todos os domingos “religiosamente” há décadas, como em uma missa de domingo.

Ai está a questão central com a qual a comunicação de massas opera: se o que é mítico precisa de ritualização para permanecer, seguindo esse princípio, o que se repete e permanece se legitima e se mitifica. Não importa se não temos algo que possa ser considerado notícia de fato para relatar, o jornal tem de sair todos os dias. Não se questiona a qualidade de uma marca que está presente na memória de uma sociedade há 50 anos; e não é incomum as pessoas pedirem aos comerciantes produtos que já saíram de linha há alguns anos, mas dos quais lembraram o nome quando recorreram à memória para escolher uma marca de um produto que usualmente não usam (isso acontece muito com xaropes e pomadas exaustivamente anunciados no rádio e que são pedidos nas farmácias mesmo depois de já não serem mais fabricados há anos).

“Falem bem ou mal, mas falem de mim” é uma filosofia muito adotada por políticos que sabem que mais do que serem con-

siderados bons ou maus políticos pela opinião pública, é fundamental que sejam identificados e que permaneçam “memoráveis”; tenha esse memorável o sentido que tiver, é sempre melhor do que ser esquecido (por isso a obsessão de colocarem seus nomes em todas as pontes, viadutos, etc. que puderem). O esquecimento, no universo do mito e da comunicação (e da publicidade), significa a morte, a perda da função vinculadora. Afinal, não posso me vincular a algo que não reconheço, do qual minha memória não tem registro. E se não posso me vincular, não legítimo e não me identifico com esse algo, portanto, também não irei de modo algum comprá-lo e levá-lo para a minha casa e nem agregá-lo à minha imagem pública.

Esse é um dado com o qual a propaganda e a publicidade parecem muitas vezes trabalhar até mesmo intuitivamente. Mas a tão festejada intuição, nesse caso, não basta. Creio que seja muito relevante para a sociedade, em nossa época histórica de mudanças radicais que clamam por maior consciência sistêmica¹² de nossas ações e de nosso papel no mundo, que as universidades e os cursos de formação profissional tomem para si o papel de discutir essas questões, trazendo ao plano das discussões conscientes e das opções éticas essas práticas muitas vezes “intuitivas” que fazem com que um “profissional de sucesso” (leia-se dinheiro), que domina a prática da área, seja visto com mais bons olhos do que um pesquisador sério, preocupado em alertar para os custos humanos de algumas práticas.

Creio que essa divisão entre a reflexão teórica e a prática profissional que até então vem acontecendo muito na área da Propaganda e da Publicidade (e do Marketing) em nosso país jamais foi justificável, e está cada vez mais condenada nesse momento que vivemos, no qual mais do que ser um profissional de sucesso, precisamos de profissionais que reavaliem constantemente a dimensão ética de suas escolhas, que sejam agentes conscientes de sua interferência e contribuição na criação de um ambiente comunicativo que

12. Para quem queira ampliar suas reflexões a respeito dessa questão e desse caráter sistêmico ao qual me refiro, sugiro a leitura de Edgar Morin, Fritjot Capra, e demais autores ligados ao paradigma da complexidade.

privilegie e promova a tão anunciada (e tão pouco realizada) qualidade de vida.

Talvez sucesso e prosperidade não possam ser medidos exclusivamente por valores monetários. Sobre isso gostaria de propor uma reflexão sobre a absolutização do dinheiro em nossas vidas, traço que vemos contemporaneamente em nossa sociedade e que foi herdado de décadas e décadas de capitalismo. Gosto muito do que fala James Hillman sobre o valor das coisas; diz ele:

A linguagem econômica usurpou todos os termos que a alma usa para expressar riqueza e qualidade - valor, benefício, crédito, vínculo, ativo e passivo, e assim por diante.”
(Hillman, 1989, p. 177)

Quando uma sociedade perde o sentido de todos os valores, incluindo o valor dos vínculos comunicativos, o único tipo de valor que resta é aquele que se estipula monetariamente. E esse quadro me parece muito deprimente, já que não sei se podemos desejar viver em um mundo no qual os únicos valores são a visibilidade e o enriquecimento.

Bibliografia

- BAITELLO JR., N. 1997. *O animal que parou os relógios*. São Paulo: Annablume.
- BAUDRILLARD, J. 1991. *Simulacros e simulação*. Lisboa, Portugal: Relógio D'água.
- _____. 1995. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Elfos.
- CAMPBELL, J. 1992. *As máscaras de Deus*. S. Paulo: Palas Athena.
- _____. 1992. *As transformações do mito através do tempo*. São Paulo: Cultrix.
- _____. 1994. *A imagem mítica*. Campinas: Papirus.
- CANETTI, E. 1995. *Massa e poder*. São Paulo: Cia. das Letras.

- CAPRA, F. s/d. *Sabedoria incomum*. Círculo do Livro.
- _____. 1991. *O ponto de mutação*. São Paulo: Cultrix.
- _____. 1997. *A Teia da vida*. São Paulo: Cultrix & Amana-Key.
- CASTRO, G. et al.(coord.) .1997. *Ensaaios de complexidade*. Porto Alegre: Sulina.
- CONTRERA, M. S. 1996. *O mito na mídia*. 2.ed. 2000. São Paulo: Annablume.
- CYRULNIK, B. 1995. *Os alimentos do afeto*. São Paulo: Ática.
- DURAND, G. 1995. *A imaginação simbólica*. Lisboa: Ed. 70.
- ELIADE, M. 1972. *Mito e realidade*. São Paulo: Perspectiva.
- _____. s/d. *O Sagrado e o profano*. Lisboa: Livros do Brasil.
- _____. 1978. *Aspectos do mito*. Lisboa: Vega.
- _____. 1985. *O mito do eterno retorno*. Lisboa: Ed. 70.
- _____. 1991. *Imagens e símbolos*. São Paulo: Martins Fontes.
- HILLMAN, J .1989. *Entre-Vistas*. São Paulo: Summus.
- _____. (org.). s/d. *Encarando os deuses*. São Paulo: Cultrix/Pensamento.
- HILLMAN, J. e VENTURA, M. 1995. *Cem anos de psicoterapia... e o mundo está cada vez pior*. São Paulo: Summus.
- LOVELOCK, J. 1991. *As eras de gaia: a biografia da nossa terra viva*. Rio de Janeiro: Campus.
- MAFFESOLI, M. 1996. *No fundo das aparências*. Petrópolis: Vozes.
- MALRIEU, P. 1996. *A construção do imaginário*. Lisboa: Inst. Piaget.
- MORAIS, R. de (org.) .1988. *As razões do mito*. São Paulo: Papirus.
- MORIN, E.s/d. *O método*. 4 vols. Lisboa: Europa-América.
- _____. 1985. *O paradigma perdido*. Lisboa: Europa-América
- _____. 1986. *Para sair do séc. XX*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- _____. 1990. *Cultura de massas no séc. XX*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária.
- _____. 1990b. *Ciência com consciência*. Lisboa: Europa-América.

- _____. 1995. *Introdução ao pensamento complexo*. Lisboa: Inst. Piaget.
- _____. 1998. *Ética, solidariedade e complexidade*. São Paulo: Palas Athena.
- ROMANO G., V. 1998. *La formación de la mentalidad sumisa*. Madrid: Endymion.
- TODOROV, T. 1996. *A vida em comum*. Campinas: Papirus.
- TURNER, V.W. 1974. *O processo ritual*. Rio de Janeiro: Vozes.

Site consultado

www.cisc.org.br (links biblioteca e *Revista Ghrebh* - textos de Norval Baitello Júnior, Dietmar Kamper e Vicente Romano; e textos do seminário *Imagem e Violência*)

Gabriel Valansi: neoliberal nights in Buenos Aires

DAVID WILLIAM FOSTER

Arizona State University/USA

Resumo

Este estudo examina a fotografia urbana de Gabriel Valansi, cujo trabalho constitui a tentativa de fotografar os efeitos desastrosos do neoliberalismo na Argentina. Ao fotografar o “lixo” do neoliberalismo, Valansi demonstra as delocalizações sociais e culturais que tem produzido.

Palavras-chave

fotografia urbana - Buenos Aires, neoliberalismo na fotografia, lixo na fotografia

Abstract

This study examines the urban photography of Gabriel Valansi, whose work is an attempt to interpret the disastrous effects of neoliberalism in Argentina. By photographing the “garbage” of neoliberalism, Valansi demonstrates the social and cultural displacement it has produced.

Key words

photography-urban-Buenos Aires, neoliberalism in photography, garbage in photography

Gabriel Valansi (b. 1959) is part of a group of eleven Argentine photographers who were featured in a 1999 exhibit, *Myths, Dreams, and Realities in Contemporary Argentine Photography*, at the International Center of Photography in New York; he works as both a professor of photography at the University of Buenos Aires and as an artistic advisor at the Museo de Arte Moderno de Buenos Aires. He is also a collaborator with the photography magazine *Fotomundo* (Buenos Aires, 1966-).

Valansi's work is radically set off from that of the other participants in the ICP exhibit in New York, in the sense that it essentially does not directly feature human figures, that it concentrates on a nocturnal cityscape, and that it is determinedly "anti-aesthetic" in the sense of using not only found objects, but ones that appear to have been abandoned as garbage; junk; no longer useful, damaged and/or trashed objects. Like other photographers in the ICP exhibit, Valansi makes almost exclusive use of black and white images, albeit ones of enormously high resolution that enable very large contact prints. Yet, ambiguity of image is essential to much of Valansi's work, in the sense that, although one can draw a certain global sense from the series, there are individual images that do not immediately lend themselves to objective identification, appearing to fluctuate between impressionistic foregrounded patterns of light and a fragmentation of the outlines of images expected within conventional horizons of familiarity; perhaps some might even find "surreal" appropriate here because of the possibility of perceiving a dream-like landscape. These qualities are abetted by the nocturnal loss of foreground/background perspective. Although Valansi has also dealt with others themes, he possesses an established identity because of

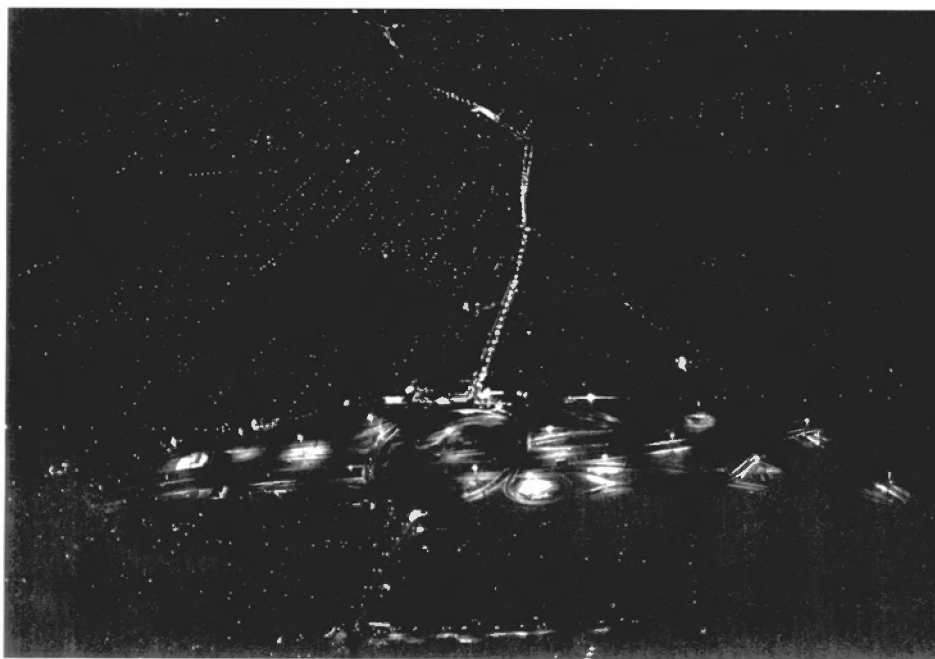
his work in the city of Buenos Aires in the deep hours of the night, and it is this cycle of work on which I will concentrate in the present analysis of his photography, in a 1998 series titled *Fatherland*, which in turn is part of a series of related projects, *Zeitgeist* (2000) and *Epílogo* (2000-2001).

To speak of the deep hours of the Porteño night is almost to speak of a No Man's Land, since one might well ask when is there ever a "deep night" in Buenos Aires, when is there a time of the night when the streets are empty of human comings and goings, when businesses are closed, and the intense combination of Argentine sociability and an imperative to live it out on the street declines. To be sure, one of the effects of neoliberalism in Argentina has been to sharpen class divisions and to produce an increasing class of individuals excluded from the sort of prosperity that has made Argentine public life so unique in Latin America—at least, a public life in terms of superavit consumption, the display of cultural accomplishments, and, simply, the enjoyment of the virtues of the flâneur. In a city in which in many sectors (especially the older commercial ones and the prosperous northern tier of neighborhoods that stretch west along the Río de la Plata), night only ends with the first weak light of morning.

This image of the City That Never Sleeps is, in any event, part of the public image of the city, and not one necessarily associated with tourism, because Buenos Aires has never been much of a city of international tourism. There are, certainly, tourists from the interior and tourists from surrounding Latin American countries, not to mention the happenstance tourism of a constituency of business types passing through the capital with a night or so at their disposal to see what the tango etc. are all about. The Porteño barrios, all one hundred of them by legendary count, are not exactly deserted late at night, but the entire city is hardly an extension of the traditional image of the Great White Way of Avenida Corrientes—or of wherever the night life of Corrientes went with the decay of the old downtown and the emergence, with neoliberalism, the emergence of new nuclei of leisure, culture, and entertainment (Puerto Madero, Retiro, La Recoleta, San Telmo, Flores, Palermo Chico, Palermo Viejo, La

Costanera, Belgrano, and so on, not to mention places outside the city along the river) (one Argentine nightlife in the city, see Gorbato).

Indeed, part of the context of this photography is the fact that neoliberalism cast a pall over the nightlife of the central core (a pall, it must be stressed that began to be felt way back in the 1970s before the neoliberal process that began in the early 1990s), not only by encouraging its movement elsewhere, through the construction and promotion of new venues, but also because of first the impoverishment of much of middle-class life neoliberalism brought with it, along with the subsequent profound devastation of overwhelming sectors of Argentine society since the closing months of 2001. In one sense, any perception of a deep night in at least the old central core of the city is an index of that process, to the extent that it is a direct consequence of it.



Moreover, Valansi's work, especially what I will be examining here, comes on the cusp of the transition from a still more-or-less functioning neoliberalism to what, without putting to fine a point

on it, must now be identified as something like the Third-Worldization of Argentina: Argentina, and especially the Buenos Aires capital (huge sectors of the country were already increasingly impoverish by neoliberalism well before the last quarter of 2001), is now facing the prospect of having to live like the rest of Latin America. The most immediate manifestation of this is how the illegal workers from countries peripheral to Argentina who poured into Buenos Aires to sustain the underbelly of neoliberal, as portrayed in Adrián Caetano's Dogma-style film *Bolivia* (2001), have fled the country for their respective homelands: if they are going to starve in the streets, they might as well do so back home; besides, there is the threat that streets are going pretty much to be taken up by starving Argentines.

The series of images analyzed in this study is part of Valansi's 1998 exhibit *Fatherland*, at the Fotogalería del Teatro San Martín, the most important official cultural space of the Municipality of Buenos Aires. In an interview with Pablo Garber in *libroarte.com*, Valansi has the following to say about this series of forty photographs:

"Fatherland" es una continuidad de [la] idea de "fines de fiesta", pero a la vez es un registro de lo que yo llamo "los holocaustos encubiertos", que son esos holocaustos que no son mediáticos ni tienen resultados espectaculares, con muerte y desolación. Tienen un armado más sutil, y (entre comillas) son aceptados por el mundo libre, pero en definitiva siguen siendo holocaustos... [La idea de "Fatherland" es] tratar de dar pistas, que tienen que ver con un registro "neutrónico", o sea, que no dejan muertos, ni cráteres, pero que existen. Y como la Argentina vivió sus holocaustos, y vive uno; intenté contar esa historia en "Fatherland".

Valansi makes specific reference to Robert Harris's 1992 novel *Fatherland* about the holocaust, and this reference provides an enormous resonance to his work, in which he counts on a series of cultural references in the Argentine sociopolitical consciousness. In the first place, Argentina has a special relationship to the Jewish holocaust, not just because Buenos Aires is one of the great Jewish cities of the world (and, therefore, home to many holocaust survivors), but because Argentine enjoyed historically a large German immigrant population, and Adolf Eichmann's arrest there brought world attention to the Nazi influence in Argentina,

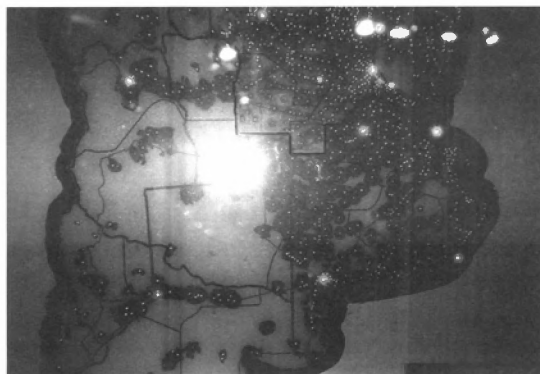
which was not only strong throughout the 1930s and the war, but also—as is legendarily known—included Argentina becoming, during the first Peronista government (1946-52), a haven for Nazi war criminals like Eichmann (Camarasa, Goñi).

Additionally, the fact that the military regimes of recent decades (1966-73, 1976-83) were overtly modelled along neo-Nazi lines has kept alive a sense of a “fascist tradition” in Argentine (Viñas; *The Argentine Right*), the slang adjective *facho*, derived from the more academic *fascista*, is in daily use to describe an abiding authoritarian mentality and forms of behavior alleged to embody it. Valansi is himself Jewish, and so it is understandable that he would be particularly sensitive to not only a *facho* strand in the Argentine national ethos (“Lo que este país necesita es una mano dura” [What this country needs is a strong hand] is a common refrain), but as his adjective *encubierto* signals, the ideological processes by which this mentality is ignored, argued away, hidden, or transformed into something else.

The return to constitutional democracy in Argentina and the much touted trial of the military officers that made up the ruling Juntas, along with many of their most notorious subalterns, were evidence of a shift in the country’s institutional climate. Yet the violence of the Menem years (the 1990s) was manifest—all too apparent, for example, in the virtually officially sanctioned persecution of journalists; the also virtually officially sanctioned depredations of corruption, by agents of the government and segments of the business and banking communities and their shared cohorts; and the economic upheaval wrecked by neoliberalism may be interpreted as the sort of “hidden holocaust” that Valansi has in mind. It was hidden not that people did not know that violence was taking, but rather because the mass of its victims—the common folk—were never consistently recognized as such. Indeed, the synergetic effects of unchecked neoliberalism and flagrant corruption have brought the country to a point of stagnation, exhaustion, and despair that are quite unprecedented. It is not that Argentina is alone in Latin America in terms of major social problems, but it is far easier to point to the photographable consequences of public violence in, say, Colombia than it is to the hidden violence in Argentina.

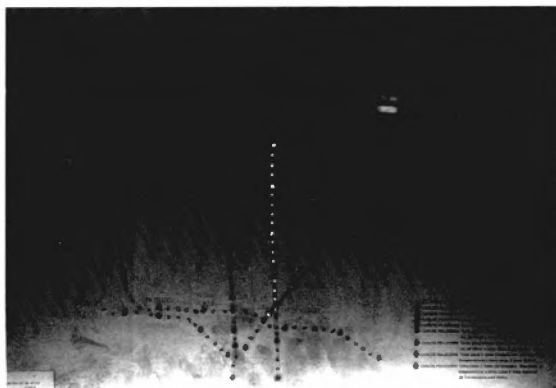
But yet Valansi's point would be that that violence is now not quite so hidden. Others may photograph the evidence of that violence in terms of the victims of street crime that has turned the once absolutely safe Buenos Aires into a place as dangerous as any other metropolitan center. There was for long the curious way in which Buenos Aires was always marvelously safe despite the repressive acts of what the current president, Eduardo Luis Duhalde once called the "terrorist state," and this was not just because of the facile belief that fascism makes for safe streets. Others may also photograph the creeping way in which a megacity with narrow streets and many buildings now over a century old can, all of a sudden, began to show clear signs of decay; and at that, even at the height of the prosperity induced by neoliberalism in the early 1990s, public buildings were never very well maintained.

Valansi's photography takes a much more subtle approach to the recording of social reality in the context of the ongoing holocaust of economic violence. In the first place, human figures are absent from his work. There is the standing belief that "real" photography, with the exception of utilitarian photography that aims no more than to provide a record of a space, a building, a device, or a situation, is artistic to the extent that includes a human presence. The one exception that is generally accepted is nature photography, in which the beauty of flora and fauna may be prized to the extent that man—at least, modern man—is absent, since civilization is usually viewed, as is trenchantly apparent in denunciatory



ecophotography of the sort practiced by the Brazilian Sebastião Salgado, as destructive of nature and the environment: this belief extends far beyond those in the ecological movement, such as to make even the kitchiest images of the landscape or animal life valued for their decorative and presumed soothing qualities.

But the exclusion of human figures, especially in the built environment of the city, where the “human interest” presence is understood to give meaning to, often casually, urban backdrops. Certainly, there are urban monuments that have merited their own interpretive photographic record, especially ones that are related to major historical, social, and political events (e.g., the veritable kitschification of the Statue of Liberty, the Golden Gate Bridge, and—dare I say it?—the Twin Towers of the World Trade Center). But just as a cliché of grade-B sci-fi movies is the eery sensation of the city of the disappearance of human figures as a metaphoric harbinger for the disappearance from the planet of the human species, any photograph of a segment of urban reality in which human beings are not present is sensed to be at best nostalgic (“this was someplace where people once lived”) or disturbingly dehumanized (“where are the people who [must] live here?”). The fact that the built human environment was built by human beings to serve specific human needs, while also being adapted, expropriated, reclaimed for complementary and supplementary needs is both what may make some viewers distribute by the absence of human beings who depend on the built environment for livelihood and survival and what may



make some viewers experience feelings of dehumanization: the absence of human beings would seem to negate the need for the building, and many routinely feel that abandoned buildings and sites need to be recycled, rebuilt, or cleared because they allegedly constitute eyesores, if not places of and for crime and assorted delinquency. It is, therefore, rather difficult to be convincing as regards a poetry of vacancy or the absence of human figures.

Yet, there is a poetics to be associated with viewing such spaces, to the extent that there is a fairly evident point to be made about their configuration as a consequence of the momentarily or perhaps even permanently absent humanity: archeologists routinely draw important conclusions about the nature of human life from the ruins left behind by disappeared people, and a sort of human geography allows us to view an urban scape and speculate as to features about people who may live there, both in terms of how they have built that environment to meet their needs, or how the already built environment shapes their understanding and satisfaction of their needs. And there is another way in which we can view the sort of vacant spaces being discussed here, which is in terms of why they are vacant. That is, in a version of the sci-fi films mentioned above, where vacancy has occurred because of some monstrous catastrophe of space aliens, a mystery virus, or whatever, something has caused these spaces to become vacant.

In the case of night scenes, certainly the vacancy occurs because of the routine abandonment of certain spaces as part of the established or conventional rhythm of social life. However, such vacancy is relative, and in the case of a city like Buenos Aires, where there has customarily been a greater visibility of people out and about at night, with concomitantly, a larger number of so called night spots, one of the interests in photographing night becomes as much this greater utilization of public spaces at night as it is, through counterpoint, a perception of the decline of such utilization.

This is, precisely, what is at issue, at least in an initial approximation to them, in the bulk of the entries in the *Fatherland* exhibit, and I will now turn to these images in order to demonstrate how they constitute an interpretation of the effects of neoliberalism

on Argentina—as viewed through the economically and sociopolitical centralizing city of Buenos Aires—and how that liberalism constitutes a hidden holocaust and in a society for which “the party is over” (hence, the name *Epílogo* for a follow-up series to *Fatherland*).

Valansi’s opening image, the one that is the signature piece for the exhibition, is intriguingly mysterious. From a distance, the image appears to be an impressionistic pattern consisting of a dark background with a foregrounded pattern of glowing white spots. A line of smaller white spots snakes up the image vertically and elbows off to the left, only to return to a perpendicular position as it bleeds off the top of the image. Around this central line smaller clusters of dots organize themselves into a combination of rectangles and random clusters. Closer inspection, however, reveals that the spots are the lights that one would typically associate with a nighttime cityscape: high intensive street lights (or, perhaps a combination of high intensity and medium intensity ones), lighted billboards, car lights (note, however, that it has only been the enormous increase in car traffic in the city that has brought the mandatory use of high beams), and some buildings. The pattern that emerges on the basis of the discovery that this is a nighttime cityscape is that of a part of the city in which a freeway, with its looping access ramps) constitutes the horizontal axis of the image, with an exit to an important arterial that snakes up the image and bleeds of its top margin. The rectangular patterns are formed by lower intensity lights that border major and minor streets and mark the parameters of city blocks.

The relative irregularity of these patterns would seem to suggest that this is the central core of the city, as befits a city whose definitive foundation dates from 1580 (there was an abandoned attempt to found Buenos Aires in 1536), while a long way from being as randomly nongeometric as medieval European cities, is made up of relatively small blocks that are often poorly lighted, whose geometry is often interrupted by diagonals, alleyways, and bisecting and irregularly drawn boulevards; the phenomenon of “streets that don’t

1. By central core one refers to a combination of the sector descendent from the original settlements, the main administrative and financial installations, and

go through” is frequent in the central core.¹ Since the rectangles in the image are not punctuated very much by other points of light, one can believe that the time is very late. That is, there are few white spots that can be attributed to the lights of houses or businesses located within the blocks.

I am speaking in such detail about this perceived layout of the city, as the inaugural image makes a defining statement of the sequence of photographs as a whole. And that is done in terms of the juxtaposition between the freeway and the necessarily older arterial that feeds into it: older because it is likely the arterial was there before the freeway, especially in view of its irregular line.² There are not many freeways in Buenos Aires (just as there are, generally speaking, not many in all of Latin America): they are too expensive to build and maintain, and their installation is too disruptive of a residential, commercial, and industrial life that is often precarious enough without the effects of massive relocation.³ Although there are some design and execution problems with the freeways the military imposed on the city beginning in the 1970s—indeed, it is easy to believe that the freeways could only have been built by a tyrannical regime powerful enough to ignore common needs—there is no

historically, the residential neighborhoods that historically served these installations. This would be, in very broad terms, the part of Buenos Aires east of the Entre Ríos/Callao avenue (all streets in Buenos Aires change name going north and south of Rivadavia, which, by extending east-west from one end of the city, divides it into two dominant spheres; in general terms, the city tends to be more prosperous on the northern side of Rivadavia).

2. Valansi has informed me in a personal communication (August 22, 2002) that the arterial is the Avenida 9 de Julio, which crosses the city, perpendicular to Rivadavia, from north to south (it is the one street that does not change name as it crosses Rivadavia). Valansi says that the image was taken from a plane as it approached the downtown Jorge Newberry airport, although he does not recall whether the segment is north or south of Rivadavia; because of its jagged line, it is probably the southern section, which shifts somewhat east of its basically straight-line path to avoid the Peronist landmark building, Obras Sociales (in its northward march, the Avenida shifts very slightly to avoid an equally important landmark for the Argentine social elite, the palace that houses the French Embassy).
3. As of this writing, residents, mostly low-income, in the Mexico City periphery of San Salvador Atenco have prevailed against the plans of the Fox government to build a huge new international airport there, a project equally disruptive as that of freeway construction.

question that these roads have been important for the commercial and industrial life of the city, especially in providing rapid access to the Ezeiza international airport, some twenty miles west of the downtown and previously extremely difficult to get to because the traveler departing from the administrative and financial center had to cross the entire city before reaching the two-lane highway that completed the journey to Ezeiza.

Moreover, confirming the proposition that if you build free-ways, the cars will come, the three - or four - fold increase in cars in Buenos Aires that came with neoliberalism would have been virtually impossible without the freeway, and the same is true of the residential development of the suburbs west, northwest and southwest of the city that have been prized as part of the American lifestyle whose incorporation—or implantation—was crucial to neoliberalism. Thus, where this image becomes eloquent is in juxtaposing the traditional arterial, which owes its irregular line to having developed in conformance to geographic irregularities and the gradual urban growth of the city, and the modern freeway which cuts a brutal swath across the cityscape, creating massive disruptions and dislocations and often constituting an abiding environmental problem for the neighborhoods through which it passes: although it is possible to control fumes and noise, as many European and American cities assure they are doing with their freeway networks, the increase in traffic and concomitant traffic-related accidents is not something that can be controlled, since, quite the contrary, an increase in traffic is exactly what the freeway is meant to produce (one of the best examinations of the urban consequences of freeways is Davis's discussion of the issues surrounding the creation of freeways in that paradigm of the freewayed city, Los Angeles).

It is appropriate that Valansi use an image of the freeway as the signature piece of the *Fatherland* exhibit: other manifestations of neoliberalism proper (i.e., the system specifically imposed at the beginning of the Menem government in the early 1990s, as dictated by the Reagan administration and the International Monetary Fund) can rapidly disappear, as they have already begun to do so—i.e., specialty stores importing foreign goods. But the freeway is virtually a permanent monument, and short of falling so much into disrepair

that it can no longer be used, it is unlikely that it will disappear merely because the economic system of which it is a part disappears. Moreover, the freeways were actually part of a promodernization project that goes back to the military regimes, well before neoliberalism proper, but yet integral to the sort of ruthless capitalism, mediated by staggering corruption, that those regimes supported and that, under the aegis of constitutional democracy, the Menem government legitimated.⁴

The large-scale image of the city of the anchor photograph of *Fatherland* is complemented by several other views of the urban landscape in general. There is one, for example, that is a map of the mid-section of the country, one that is also built on lights indicating population concentrations (I do not know if this is a formal demographic representation, or if is a figurative one created by Valansi). The result is to show the enormous preponderance of the Provincia of Buenos Aires and, within it, of the city of Buenos Aires: if Argentina is accused of living with its back to the rest of Latin America, the Province of Buenos Aires lives with its back to the rest of Argentina, and the city of Buenos Aires lives with its back to the rest of the Province and the rest of the country and the rest of the continent. There is a long history of struggle relating to the role of Buenos Aires. The creation of La Plata in 1880 to serve as a decentralized capital of the Province was meant to address the power imbalance between Buenos Aires and the rest of the Province of Buenos Aires, and the designation of Buenos Aires in 1996 as an autonomous Federal Capital intended to separate out the responsibility of the city for its own administration, independent from the federal budget off of which it had grown accustomed to living. In 1940 the social essayist Ezequiel Martínez Estrada published *La cabeza de Goliath*, in which he posited a master trope for the relationship between Buenos Aires and the rest of the country, that of the enormous head and the feeble

-
4. There are now some "permanently" uncompleted parts of the freeway system as originally conceived in Buenos Aires, which speaks to a combination of poor planning and underfunding. Moreover, there are areas under the freeways, especially on the poor south side, that have been taken over as refuges for the homeless.

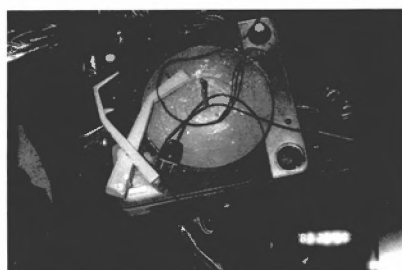
body. This trope became all the more apparent with recent economic processes, because so much of the rest of the country experienced growing impoverishment alongside the overwhelming concentration of capital in Buenos Aires.

The migration of *cabecitas negras* from outlying provinces, mostly to the north, begun during the Peronista period and under very different ideological, social, and economic circumstances nevertheless continued and intensified because there was no work to be had except in Buenos Aires, and it was complemented by the aforementioned influx of *cabecitas negras* from surrounding Latin American countries.⁵ In Valansi's photograph, the all-roads-lead-to-Rome concentration of lights in the Buenos Aires area is an echo of the liberalization of the metaphor, in the sense that it duplicates the very real way in which the railroad system of the nineteenth-century liberal economy, which was designed to carry Argentine exports to the port for shipment to Europe and the importation of European luxury items to the mansions of the city and the rural estates of the wealthy exploiters/producers of those exports (the history of this development is told by Scobie). These lights are, in turn, complemented by the lights of other urban concentrations of the country, such as the subsidiary cities of Córdoba, Mendoza, Rosario.

However, the photograph is very effectively dominated by the reflection, in dead center, of the flash of the photographer's camera. This dead-centering of the flash has no function in terms of artistic symmetry. Rather, it is meant to correlate with—and predominate over—the lights of Buenos Aires and other urban, commercial, and financial centers, as the constituting punctum of the photographer's interpretation, by falling on the northern part of the Province of La Pampa, partially blotting out the spot on the map Valansi uses where the capital city of La Rosa is located. The Province of La Pampa is the Argentine heartland, and its name is the very

5. *Cabecita negra* literally means "black head" and refers to the dark complexion (from the point of view of European-like Buenos Aires) of rural Argentines of indigenous origins; by extension, it also refers to Latin Americans from other countries, especially poorer ones. Thus, the term, in addition to being a racial slur, has ethnic and socio-economic overtones.

geographic designation that is most famously associated with the land of Argentina, the vast Pampa that supports its historically most important and prosperous industry, cattle-ranching. Interestingly enough, in the schematic map of Argentina that I have at hand, prepared by the Instituto Geográfico Militar, this area is represented as minimally settled (*Atlas de la República Argentina*). This is true literally in the sense that it is part of a network of small towns that network the vast cattle ranches of this and the other provinces of the industry, La Pampa, Córdoba, Santa Fe, and Buenos Aires. In this sense, there is the evocation of the symbiosis linking Buenos Aires and the cattle ranches that is integral to so much of Argentine social and political history.



But there is another way of reading this image, and that is in terms of the devastation of the countryside by the neoliberal concentration of the metropolis and its satellite cities. In the case of the old liberal economy, there was something like a balanced exchange between the countryside and the port city (or port cities, since Rosario, up-river from Buenos Aires, is also a major shipping port): the countryside produce the export wealth, a percentage of which Buenos Aires got as the customs port; the imports this wealth bought was distributed between the wealthy *estancias* (the cattle ranches) and the city that served their interests. Indeed, it was customary for the cattle barons to have, in addition to their often quite magnificent country mansions [*Nuestras estancias*], fancy apartments or equally magnificent mansions in the city. The large-scale development of industry spurred by Perón beginning in the late 1940s upset this balance, beginning with the transfer from rural areas (which included large numbers from the indigenous north) to the city of cheap labor (the *cabecitas negras*), which was later, in the 1990s, supplemented by the influx of cheap laborers from surrounding countries. It upset the balance because it represented only a minimal transfer for wealth back to the provinces: Buenos Aires became more and more of a universe unto itself, further exacerbating the trend that Martínez Estrada had perceive more almost a decade before with his essay. The consequence has been the unchecked impoverishment of the countryside, so much so that despite any previous perception that Latin America really began with Argentina's borders with its neighbors, one could well maintain that it really begins with the Avenida General Paz that wraps around the southwestern, western, and northwestern edge of the city (the south is bordered by the Riachuelo tributary and ship canal, while the north and east are bordered by the Río de la Plata).

A third image continues the transposition of geographic images into photography for the purpose of imagining the centers of symbolic and real control of Argentine society. Just as the train system funnels into Buenos Aires and fans out from Buenos Aires as part of the historical control of the entire country by the port city, the subway system, whose origins date back to the heyday of Argentine prosperity

at the beginning of the twentieth century (the first line was opened in 1910), shows the same sort of pattern as regards the executive and financial center of the city vis-à-vis the outlying neighborhoods (see Barreda for an interesting series of photographs on the Argentina subway system). Ground zero of the city, on the edge of the old colonial core, is the Casa Rosada, the Argentine Government House; directly to the north extends La City, the financial district. These are the areas served by the original subway system, and the original line (Línea A, which runs under Avenida Rivadavia, the principal avenue of the city) ends beneath and behind the Casa Rosada; there are two more lines (D and E) that branch out from a station close to that terminus, and there is a line that runs parallel to A (B) along Avenida Corrientes; it is anchored at Correos, the nineteenth-century palatial main office building of the mail service (Correos is one of the major edifices of the oligarchic liberalism of the late nineteenth century; the Casa Rosada incorporates the previous seat of the mail service and goes back to the colonial period of the eighteenth century). There is also a perpendicular line (E) that links two of the three main railroad stations (Retiro on the north end—actually a cluster of three stations—and Constitución to the south; the third rail station, Miserere—also known as Once—is the western terminus of the A line). Currently, a sixth line (H) is being built west of the city. When completed, it will be the only line to exist outside center of real and symbolic power of the city.

Thus, this image too records the organization of power in the Fatherland. But there is another dimension to this photograph: Valansi has rescued an information board from the Pasteur station of the Corrientes line (Línea C). This was the station in the heart of the old Jewish quarter of Once just blocks from the seat of the AMIA (Asociación Mutualista Israelí-Argentina) which was bombed by terrorists in July 1994. The death and destruction of that bombing was extensive, and one small trace of the devastation of that blast is the fact that the sign board's contacts were frozen in their indication of the Pasteur station; it was years before the sign board was ever repaired.

The three photographs I have discussed so far are related to abstract social interpretations that rely on essentially geometric images of the city. However, the photographs that follow in the exhibition

are more immediately personalized: whereas the first images represent overarching questions of economic and political control, the remaining images reflect the actions and circumstances of specific human beings. While these agents are not directly recorded by the photographs, their actions and circumstances are: what we see is the detritus of human lives as they pass through the neoliberal system. I have used the word detritus because these images capture in a metonymic function the processes of an economic system that produces waste, garbage, leftovers, material excrescences, discarded and disposed of items from daily life as it is impacted by the system. Like an archeologist reconstructing the nature and dynamics of a society through its garbage—and so much of what archeologists do dig up is the garbage of the past—Valansi the photographer is analyzing the garbage of present-day Argentina. This detritus appears on the streets at night, as what is replaced each day by the fundamental capitalist principle of programmed obsolescence is discarded to make way for the new, which in this case are the particular fruits of participation in the globalized system of imported goods or, at least, goods that are a step up in some way by comparison to what is being discarded. In a crowded modern city, this is garbage that appears on the sidewalks at night, to be carted off by the garbage service—although, with the economic debacle currently gripping the nation and the city of Buenos Aires, there is not only less garbage on the street, but what there is is exhaustively combed by organized networks of garbage pickers (the *cartoneros*), cousins to those who sift through the metropolitan garbage dumps of the world. Garbage is here a metonymy of the system because it is a byproduct of it, both in terms of the nature of what constitutes garbage, but also how garbage is recycled by a society. Finally, since garbage is something that appears at night, in part because much of it is what is generated by human activity and commerce in the course of the “business hours” of the day, it is in the Porteño night that Valansi must do the analytical work of his photography.⁶

6. Valansi has shared with me the delightful fact that these photographs were made with a Kyocera camera that he rescued from being thrown in the garbage.



Let us now examine some major exhibits of this work.

One of the most obvious faces of the neoliberalist economy was the enormous number of new businesses that opened. Buenos Aires has always been an intensely commercial city, one that prides itself on the number of boutiques, bookstores, restaurants, bars (the city has some of the best bar life in the world, with “bar” being understood here in a far broader sense than the usually American use of the word: perhaps a combination of British pub and French café begins to capture this great Porteño social institution), along with myriad specialty shops. Not only were new businesses opened, which often meant recycling spaces, some with a measure of elegance. This is the case of the bookstore that opened in one of old art deco movie houses, the Cine Gran Splendid, with the stage area used as a café. Tax credits were available for the modernizing and refurbishing of older locales, which for some habitués meant, regrettably, the loss of the early twentieth-century patina that was their most attractive feature.

As a consequence of all this commercial movement, signs announcing the (re)opening of businesses were common, icons of

the attainment of neoliberal nirvana. Valansi's image of crumpled APERTURA ("Opening") banners can be read in two ways (there is also one banner, in English, that reads TECHNOLOGY and, beneath it, a semitransparent one that seems to read TARGET backwards, also in English). But the APERTURA banners, as crumpled trash, signal the opening of yet one other business, one in which TARGET and TECHNOLOGY are somehow involved: certainly, technology, since one of the substantial incursions of new businesses involved those that were technologically based, such as computers and telecommunications, along with a host of others: every place in town seemed overnight to adopt electronic cash registers in place of longstanding primitive ways of keep track of bills and tabs, including simply the reliance on a serving person's memory.

Yet, there is another way of reading this crumpled heap, and that is in terms of the geometrically increasing number of businesses, especially the trendy ones that came with globalization, that began to go out of business some time before the definitive collapse of neoliberalism at the end of 2001. The decline had been of concern for something like two years, during which the maintenance of parity of the Argentine peso with the U.S. dollar became more and more a science-fiction scenario. Thus, trash is generated in two ways: there is the trash of the establishment of business (which might include the packing of the products that will be offered for sale or, in a previous stage, the debris of the remodelling of a space for the new business), and there is the trash of a business that has gone belly up: not the products themselves, but the junked material infrastructure of the business operations.

One of the images I have found most eloquent is of an abandoned record player. It looks very much like a Philco-type portable unit from the 1950s or early 1960s, one designed to play a stack of 33 1/3 LPs; the cord shows that it was of Argentine manufacture, since the plug consists of the old round prongs that were made for connecting to 220 volt sources. This is certainly an outdated piece of equipment by at least two generations: the replacement of records in general by tape cassettes, and the replacement of tape cassettes by CDs; moreover, the newer equipment is likely to have three-prong

plus (flat ones in a triangular pattern) to permit the incorporation of the ground connection that is especially important at the level of 220 volts. Such equipment was manufactured by Argentine companies, since during the period from which it likely dates imports were strictly controlled and direct-from Europe and U.S. products were not commonly found, and those were brought in, at least from the U.S., had to be adapted to the local current or used with clunky power transformers. In recent decades, however, and most assuredly during the 1990s, the market has been flooded by import products, which in the area of electronics has meant particularly Japanese ones, but equipment specifically designed for the Argentine user, and there is much to be said about the details concerning marketing of computers and television sets. Suffice it to say that, for the contextualization of this image, the marketing of the latest generation of electronic products in Argentina, including the calculations of planned obsolescence, have rendered absolutely disposable the equipment that reaches back to the period of this phonograph. Not only do the newer products offer the latest technology, but they offer prices that have made it possible for consumers to get rid of the equipment they were holding on to, not because of any nostalgic attachment, but because until neoliberalism it was for many simply not possible to replace older equipment and to have economically viable access to newer technologies.

One of the interesting details of this photograph is the disposition of the two mechanical arms that were part of the playing of the record, the stabilizing arm that held the stack of records level and the tone arm that held the stylus that actually read the grooves of the record. The arms are crossed in an X, as though suggesting the annulment of the usefulness/usability of the equipment, while the tone arm is positioned as though uselessly playing the record-less turntable: there are no more records like this to play.

One of the major items discarded during the periods of *la plata dulce* (the sweet money) and neoliberalism were cars. Those who knew Argentina in the 1960s will recall that the city was filled with ancient cars, many of them venerable Mercedes-Benz that were bought after the war from Germany. There were cars of somewhat

dubious quality made by local subsidiaries of American companies and European ones, and the tin can-like Citroën, jokingly said to lend itself to disassembly in a matter of minutes with a can-opener, was ubiquitous. There were some American imports, but it was generally assumed that they belong to Embassy personnel or someone of their ilk. The tripling plus of the numbers of cars clogging the streets of the city in the 1990s meant not just increasing the number of cars geometrically, but getting rid of the old cars as unworthy of the new First-World image it was the order of the day to promote.

Valansi's images of a smashed and, apparently, abandoned figure this dimension of the new economy. One image is of the seat of a car—one that seems not all that old, because it is possible to discern the female buckle of the seat-belt installation; the seat is covered with the smashed-in glass from one of the windows. Another image shows the open trunk, with some sort of garbage dumped into it. Even if the car(s) in question may not be exactly the ancient ones replaced by the influx of new vehicles in the late 1970s and the past decade, they symbolize the "luxury" of the trashing and abandonment of vehicles in a product-replacement/substitution economy. Cars are the quintessential icon of modernity and of personal and collective prosperity, and the greater the complexity of the modern(ized) economy, the more vital cars are as instruments of the mobility that economy requires for both the production and the consumption of goods.

Finally, one last image, that of a discarded painting (likely to be a reproduction); two halves of the piece of art are piled on top of one another, back-to-back, with half of the image exposed. Tucked between the two torn halves is a newspaper. Newspapers are of the day, to be read and discarded; as the saying goes, there is nothing as trite as yesterday's news. By contrast art, even that art that is preserved in inexpensive and mass-produced reproductions, is supposed to be eternal; yet here both are consigned to the same rubbish heap. It is as though the actuality of First-World Argentina, which is what the newspaper would be reporting on (whether favorably or critically) brought down to its own level great works of art, which is the theme of the banalization of culture by neoliberalism and the replacement

of the self-reflective nature of art by the superficial nowness in which the reporting of mass-society newspapers were all that one need to know: both newspaper and art work are being discarded, but the newspaper is intact, while it is the painting that is torn asunder.

Valansi's photographs in *Fatherland* are highly effective interpretations of the dark side of recent socio-economic processes in Argentina as viewed through the hardly noticed detritus of the night. Not only does one not customarily scrutinize garbage (except for the aforementioned and highly organized garbage pickers that now make up a booming occupation in Buenos Aires), but it remains essentially unseen: dumped in the street or along the sidewalk at night, the citizen simply assumes that it will be gone by the morning, taken somewhere out of sight, so that no more than a passing notice need ever be taken of machine produced excrement of modernity.

One closing note: Valansi gives his exposition a title in English. He has claimed, in the interview from which the quote at this beginning of this study is drawn, that the title is taken from a novel (by Robert Harris) dealing with the triumph of Naziism. But the Nazi inflection would suggest the German *Vaterland*. The use of *Fatherland* in English suggests the resonance of American society, since understanding the complicity of, first, the military dictatorships and subsequently the new democratic governments with American financial interests is crucial to an adequate interpretation of current degradation of Argentine national life.

Bibliografia

- DEUTSCH, S. McGee and DOLKART, R. H. 1993. *The Argentine Right; Its History and Intellectual Origins, 1910 to the Present*. Washington, D.C.: Scholarly Resources.
- ATLAS DE LA REPÚBLICA ARGENTINA; incluye reseñas geográficas y cuadro estadístico. 1992. Buenos Aires: Librería "El Ateneo" Editorial.
- BARREDA, Fabiana. 1998. *La ciudad subterránea*. Buenos Aires: Magna Publicidad.

- CAMARASA, Jorge A. 1995. *Odessa al sur: la Argentina como refugio de nazis y criminales de guerra*. 2.ed. Buenos Aires: Planeta.
- DAVIS, Mike. 1990. *City of Quartz; Excavating the Future in Los Angeles*. Photographs by Robert Morrow. London: Verso.
- DUHALDE, Eduardo Luis. 1983. *El estado terrorista argentino*. 1.ed. Barcelona: Argos Vergara.
- GARBER, Pablo. «Gabriel Valansi.» *libroarte.com*. <<http://www.leedor.com/fotografía/gabrielvalansi.shtml>>
- GOÑI, Uki. 2002. *The Real Odessa: How Perón Brought the Nazi War Criminals to Argentina*. London: Granata Books.
- GORBATO, V. 1997. *Noche tras noche*. Buenos Aires: Editorial Atlántida.
- NUESTRAS ESTANCIAS. 1968. *Argentine ranches. Cincuenta estancias representativas de la República Argentina*. Buenos Aires: Casa Pardo.
- SCOBIE, James R. 1974. *Buenos Aires: Plaza to Suburb, 1870-1910*. New York: Oxford UP.
- VIÑAS, David. 1977. *Qué es el fascismo en Latinoamérica*. Barcelona: Editorial de La Gaya Ciencia.

A integração das artes e a pós-modernidade

VERA BONNEMASOU

Universidade Estadual de Campinas/UNICAMP

Resumo

O trabalho desenvolve uma relação entre os períodos da modernidade, modernismo e pós-modernidade e o modo como as artes se apresentam, inicialmente isoladas e, pouco a pouco, integrando-se de várias maneiras. Chega-se, deste modo, à pós-modernidade na qual a interação entre autor, obra e receptor vem se acrescentar uma integração entre os meios, consistido no conceito de hipertexto.

Palavras-chave

integração, periodização, pós-modernidade, interação, mídia

Abstract

This article develops the relationship between the periods of modernity, modernism, and post-modernity and the way the arts present themselves, initially in an isolate mode and then gradually integrating themselves in different manners. In this way, one arrives at post-modernism where integration between the media, consisting of the hypertext context, is being added to the interaction between author, oeuvre and receptor.

Key words

integration, periodization, pós-modernity, interction, midia

I niciaremos esta reflexão sobre a integração da artes, pela idade moderna, que vamos considerar como estendendo-se do Renascimento até o século XIX, quando as artes visuais são definidas nas categorias: desenho, pintura, gravura, escultura e arquitetura. Enquanto na música se fixou o sistema tonal, que irá predominar até o início de nosso século, nas artes visuais há a hegemonia da perspectiva monocular.

Desejou-se, neste período, que as artes pudessem ser reversíveis, resumindo-se a um só princípio, ideal caro a Wagner (a obra de arte total), assim como a Goethe. Deste modo, a um som corresponderia uma cor e até um gesto ou uma letra, na procura do que seria uma interface (*avant la lettre*) entre as linguagens. A finalidade desta correspondência era o intercurso dos sentidos, por meio da sinestesia, proporcionando um aumento da percepção. É este também o significado de se considerar a compreensão da forma como a essência da compreensão ela mesma, pois, segundo Pignatari,¹ é na tradução formal, estabelecida entre as várias linguagens, que se atinge o verdadeiro conhecimento. Parece residir aí o sonho da correspondência entre as artes, logo abandonado por se ter compreendido que cada arte possui o seu próprio meio de expressão e que só respeitando-se a sua peculiaridade esta pode significar.

A partir do modernismo, que se pode compreender como uma fase de demolição dos valores modernos ocorrida aproximadamente até a década de 60 do século XX (Santaella, 2000, p.85), acontece a hibridização, ou seja, a mistura de meios diferentes, tan-

1. *A arte é o oriente dos signos; quem não compreende o mundo icônico e indicial, não compreende corretamente o mundo verbal, não compreende o Oriente, não compreende poesia e arte.* (Cf. Pignatari, 1987, p.17).

to no interior de uma mesma arte – como, por exemplo, a colagem na pintura –, como na junção entre diferentes artes, pretendendo-se, deste modo, atingir o fruidor com níveis mais altos de singularidade ou estranhamento.

Valeria a pena analisar, além do que se ganha, o que se perde quando a arte abandona a pureza de uma técnica, a qualidade compreendida como o virtuosismo adquirido no manejo dos instrumentos, necessário para se atingir a perfeição. Assim, por exemplo, o uso do pincel, tão valorizado na arte oriental, em que se observam os índices deixados pelo artista no decorrer da obra e que nos revelam a essência do que é representado. Nesta concepção de arte, muito pouco valor é dado ao novo, visto que o que se quer transmitir não reside na originalidade, mas na habilidade da interpretação.²

Vemos, portanto, que, no hibridismo, iniciado com o modernismo, essa habilidade vai sendo substituída pela originalidade, a técnica é substituída pela imaginação e o virtuosismo pela improvisação. Formular assim a questão, entretanto, é ignorar que outros virtuosismos surgirão: perde-se, assim, o virtuosismo da linguagem, mas não o do meio que a embute.

Portanto, entre o modernismo e a pós-modernidade, visualizam-se os dois aspectos em que a integração pode ser pensada: a hibridização entre as várias modalidades artísticas, que ocorrem predominantemente no modernismo entre as artes tradicionais, e a que acontece entre estas e os multi-meios, mais própria da pós-modernidade.

Do ponto de vista das novas tecnologias, são infinitas as possibilidades de interferência entre as linguagens tanto no nível sintático como no semântico do signo. Como exemplo do primeiro caso, temos o poema-montagem de Julio Plaza, “Brasil país do futuroboros” (fig.1), em que há a fusão da conhecida frase proferida por Stefan Zweig – *que grudou como um chiclete na estima do bra-*

2. Talvez o ponto de inflexão, entre a habilidade como é considerada na arte oriental e a procurada pela arte acadêmica ocidental, é que a primeira nunca perde de vista o receptor, como nos indicam as chaves a da estética taoista: – Ressonância, Reticência e sugestão, Ritmo vital e Vazio, – recuperadas entre nós pelas vanguardas. (cf. Plaza, *op.cit.*, p.26).

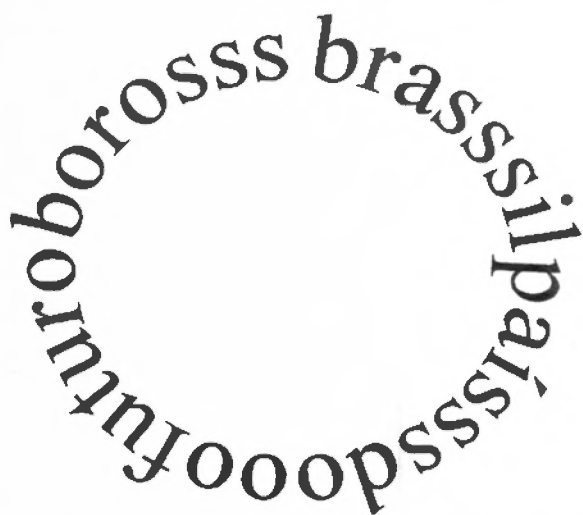


Fig. 1. *Brasil país do futuro boros*, Julio Plaza, 1990.

sileiro (Plaza, *apud* Sylvio Back, 1998: 214) e a forma do uroboros. E, do segundo caso, "It's I" de Lilian Schwartz (fig.2), a combinação dos rostos da Mona Lisa e de Leonardo da Vinci. Se, no primei-



Fig. 2. "It's I". Lilian Schwartz. 1984.

ro caso, temos uma montagem na frase “Brasil país do fut + uroboros” no segundo, trata-se de uma bricolagem, visto que os fragmentos utilizados denotam a sua procedência. Finalmente, fazendo-se a junção de duas artes, podemos citar o videopoema de Plaza, uma montagem da fita de Moebius e do texto “o arco íris no ar curvo” que dá o título à obra, à qual foi incorporada a música minimalista de Terry Riley, “*The rainbow in the curved air*”, tornando-a, deste modo, intertextual (fig.3).³



Fig. 3. Frame do videopoema *O arco íris no ar curvo*. Julio Plaza,, 1994

Note-se que dois tipos de integração são possíveis, a que ocorre pela montagem, decorrente de uma similaridade entre os meios: de A e B resulta C; e a que é decorrente de uma união onde a similaridade não existe e precisa ser criada por meio da interface, um dispositivo físico ou lógico que faz a conexão entre dois equipamentos que não podem se conectar diretamente. Deste modo é criado um isomorfismo artificial reunindo dois elementos de forma sinérgica.

3. Todos os exemplos in Plaza e Tavares, pp:214, 219.

Os vários sentidos da obra e a pós-modernidade

O termo “neo-barroco”⁴, usado como um sinônimo de pós-moderno, sugere-nos o de abertura da forma a vários significados, dentro do conceito de obra aberta formulado por Umberto Eco: “uma mensagem fundamentalmente ambígua, uma pluralidade de significados em um só significante” (Plaza, apud Eco, *op. cit.*)⁵.

Omar Calabrese, autor desta “etiqueta” feita para substituir o termo pós-moderno, assim explica este novo *slogan*: “A minha tese geral é que muitos fenômenos de cultura do nosso tempo são marcas de uma ‘forma’ interna específica que pode trazer à mente o barroco”. O autor salienta que pretende apenas sustentar que características formais do barroco podem ser reconhecidas a partir da década de 60, tendo-se manifestado vigorosamente na arquitetura. O autor assim se expressa:

...e qual será ele, o gosto predominante deste nosso tempo, aparentemente tão confuso, fragmentado, indecifrável? Creio tê-lo encontrado, e também proponho para ele um nome, o de “neo-barroco”. Mas preciso desde já que a etiqueta não significa que tenhamos retornado ao barroco, nem que o que eu defino como “neo-barroco” seja a totalidade das manifestações estéticas desta sociedade, ou o seu âmbito dominante, ou o mais positivo.(...) No que consiste o “neo-barroco” está quase dito. Encontra-se na procura de formas – e na sua valorização –, em que assistimos à perda da integridade, da globalidade, da sistematização ordenada em

-
4. Termo cunhado por Omar Calabrese em sua obra “A idade neo-barroca”. ...a saber, que todo o fenômeno analisado é sempre, enquanto analisado, um fenômeno construído pelo analista e, portanto, transferível para lá da própria colocação espacial e temporal, p.33.
 5. Conforme Julio Plaza (2000, p. 23), a abertura da obra de arte à recepção, relacionada necessariamente às três fases produtivas da arte: a obra artesanal (imagens de primeira geração), industrial (imagens de segunda geração) e eletro-eletrônica (imagens de terceira geração), detona vários graus para a interpretação. A Obra Aberta se identifica com a “abertura de primeiro grau” pois remete à polissemia, à ambigüidade, à multiplicidade de leituras e à riqueza de sentido.”

troca da instabilidade, da polidimensionalidade, da mutabilidade (Calabrese, 1988, pp.10-11).

Assim, a capacidade de perceber semelhanças e diferenças entre fenômenos de aparência distante, como o barroco e a arte atual, é “Uma *forma*. Um princípio abstrato de organização dos fenômenos. Que preside ao seu sistema interno de relações” (idem).

Embora esta analogia, estabelecida entre duas épocas e duas artes tão distintas, não deixe de ser elucidativa, adotamos preferivelmente o nome de pós-modernidade para a etapa contemporânea, segundo a periodização triádica desenvolvida por Santaella:

De acordo com tal diagrama, e com todos os riscos de uma estratificação simplificadora, a modernidade ou era moderna não começa no iluminismo, como querem alguns filósofos, nem com Baudelaire, como querem os literatos, mas recua para a crise do feudalismo e os primórdios do modo de produção capitalista. Seus marcos temporais mais ou menos ziguezagueantes estão no Renascimento nas artes, quando se dá a codificação dos sistemas artísticos nas cinco belas artes, a invenção da perspectiva na pintura e a aurora do sistema tonal na música.(...) As “Flores do mal” foram o canto do cisne da era moderna que se iniciara com o Renascimento, e puseram o território da arte em prontidão para os abalos sísmicos e turbulências estáticas que iriam surgir com aquilo que foi chamado de “modernismo” nas artes, literatura e música.(...) A partir dos anos 60, contudo, algo diferencial começou a emergir de um feixe de fatores dominados pela explosão da cultura de massas e sob o impacto da Revolução Eletrônica, no seio do capitalismo de consumo.(...) O diagrama que estou aqui propondo, e que toma como ponto de partida o recuo da modernidade para o Renascimento, não estabelece uma oposição ou ruptura entre o modernismo e a pós-modernidade. Ao contrário, o modernismo correspondeu ao ponto de inflexão, precipitação da crise da razão, desconstrução dos valores modernos, en-

quanto a pós-modernidade deve corresponder à aurora de uma nova era... (Santaella, 1980, pp.126-128-129).

Voltando à nossa tese inicial, a da integração das artes em sua evolução, e partindo da linguagem para os meios, característica de nossa época,⁶ chegamos, assim, ao terceiro tópico do artigo já citado, de Julio Plaza, “Arte e interatividade: a abertura de terceiro grau”, remetendo ao conceito mcluhiano “o meio é a mensagem”.

Desse artigo, podemos inferir que a intertextualidade, própria da abertura de primeiro grau, ressurge com a noção de hipertexto, já agora na abertura de terceiro grau. Ted Nelson, considerado o inventor deste termo, conceitua-o como “conjunto de escritas associadas, não sequenciais, com conexões possíveis de seguir e oportunidades de leitura em diferentes direções” (Plaza, 2000, p. 35).

Chegamos, assim, à hipermídia, própria da tecnologia computacional, na qual há uma transferência do poder do autor para o leitor. Sem entrar na questão da autoria e seus desdobramentos, vemos que a hipermídia é a que melhor define a pós-modernidade, a qual, com Lucia Santaella, espera-se que seja a aurora de um novo homem e, especialmente, de uma nova arte.

É este novo ser criador, denominado “designer da informação”, por E. G. Boccara, preferivelmente a “artista”, que aparece como consequência final do hibridismo. Este terminou por se constituir fundamentalmente em informação. Segundo este autor:

O que em analogia tecnológica corresponde à fragmentação perceptiva humana, segmentada e especializada, temos correspondência através da mídia (forma plural para vários meios) e o que vemos neste momento é a convergência através do computador para uma única e totalizante Super-Mídia, talvez a reconhecida e mítica obsessão humana da totalidade perceptiva e expressiva portanto também comu-

6. Na arte de tipo artesanal, a qualidade é compreendida como habilidade manual, e a obra está centrada no produto. Com o advento do uso de aparelhos desenvolvido durante o modernismo, vai ocorrendo uma ruptura deste sentido primitivo, cujo enfoque passa do produto à produção.

nicativa. Isto então recoloca a questão da superação de fronteiras das especializações e a busca de uma síntese renovadora e restauradora das rupturas perceptivas ou expressivas, que configuram historicamente as linguagens conhecidas, que por serem linguagens carregam o estigma redutor de suas naturezas codificadoras. (Boccara, 2001, p. 87)

Com esta nova tecnologia, não se busca mais o “bom” e o “ruim”, porém a opção – a arte participativa, a qual substitui a contemplação pela sensação de comunicação (Plaza apud Pino, *op. cit.*: 26). Assim, a arte passa de produto à produção. Não é mais “o resultado de uma continuidade espontânea do movimento da mão, mas uma vontade de forma...” o que determina o que é arte. (Plaza apud Moles, *op. cit.*:30).

Bibliografia

- ARNHEIM, Rudolf. 1980. *Hacia una psicología del arte*. Madrid: Alianza Editorial.
- BOCCARA, Ernesto Giovanni. 2002. “As questões das Artes, do Design e a convergência das mídias através da tecnologia computacional: o surgimento de linguagens híbridas no contexto da comunicação social contemporânea”. *Cadernos da Pós-Graduação*. Instituto de artes/Unicamp. Ano 5 - vol. 5 - nº 2 - 200.
- CALABRESE, Omar. 1987. *A Idade Neoneo-barroca*. São Paulo: Martins Fontes.
- PEIRCE, Charles Sanders. 1995. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva.
- PIGNATARI, Decio Décio. 1987. *Semiótica e literatura*. São Paulo: Cultrix., 1987.
- PLAZA, Julio e TAVARES, Mônica. 1998. *Processos criativos com os meios eletrônicos: poéticas digitais*. São Paulo: Hucitec.
- PLAZA, Julio. 2000. “Arte e Interatividade: Autor-Obra-RecepçãoRecepção”. *Cadernos da Pós-Graduação*. Instituto de Artes/ Unicamp. Ano 4 - vol. 4 - nº 1.
- SANTAELLA, Lucia. 2000. *Cultura das mídias*. 2.ed. São Paulo: Experimento.

Jogos eletrônicos: por uma semiótica passional

MARIA VIRGÍNIA MORAES DE ARANA

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo/PUC - *doutoranda*

Resumo

A narratividade e a discursividade dos videojogos ou jogos eletrônicos: o sincretismo dessa mídia interativa. A convocação do sensível e a estesia como efeitos de sentido passionais. São analisadas as relações contratuais como a adesão e polêmicas como a subversão e a trapaça enquanto estratégias discursivas: o fazer manipulativo do sujeito e interpretativo do anti-sujeito.

Palavras-chave

jogos eletrônicos, narratividade, discurso, contrato

Abstract

The narrativity and discursiveness of video games or electronic games: the syncretism of this interactive media. The convocation of the sensible and the aesthesia as effects of passionate sense. This study analyzes not only the contractual relationships such as adherence but also polemics like subversion and cheat used as discursive strategies: the manipulative making of the subject and the interpretative making of the anti-subject.

Key words

eletronic games, narrativity, discourse, contract

*“... isso de partida, de jogo..., varia muito de jogador
para jogador, de jogo para jogo.”*
Machado de Assis

E estudar os jogos eletrônicos ou videojogos na perspectiva da semiótica discursiva implica antes de tudo levantar a indiscutível importância desses como forma de comunicação da atualidade, para poder visualizá-los a partir de um horizonte teórico que nos permita compreender melhor o fenômeno de comunicação que aqui nos interessa.

A sedução que os jogos produzem é manifesta na sua popularidade com jovens adultos e principalmente crianças, adentrando casas e lugares públicos como os flipperamas ou as atuais “Lan – houses” e na forma como a indústria do jogos eletrônicos surge com investimentos milionários na produção, visando ao seu consumo “globalizado”.

Nosso interesse surgiu no ambiente familiar quando os filhos despendiam horas diante desse jogos, vindo assim a tornar-se tema/objeto de pesquisa da dissertação de mestrado. Naquela ocasião, realizamos um trabalho de caráter experimental, levantando categorias de descrição e análise a partir da linha dos estudos de cultura. Entretanto, a essência desse fenômeno comunicacional ficou em aberto, pois era nosso objetivo compreender os motivos da irresistível atração que os jogos produziam e assim determinar as causas da popularidade desse tipo de mídia.

Em parte, esse objetivo foi alcançado, mas essas questões permanecem, no momento em que nos dispomos a repensar os jogos eletrônicos diante do quadro teórico da semiótica discursiva, que, certamente, possibilitará identificar, a partir da problemática enun-

ciado/enunciação, não só *aquilo que se diz* – como em qualquer jogo –, mas, sobretudo, *como se diz*, isto é, o modo de produção do discurso no caso dos jogos eletrônicos. Como disseram (Greimas & Courtés, 1979, p. 416): [...] *a teoria semiótica deve ser mais do que uma teoria do enunciado [...] e mais do que uma semiótica da enunciação. Deve conciliar o que parece à primeira vista inconciliável, integrando à uma semiótica mais geral.*

Ora, o que nos parece inconciliável foi o fato de termos constatado que a sedução que esse jogos exercem sobre seus jogadores não é efetiva em todos os casos, na medida em que pudemos registrar episódios nos quais surge a trapaça. As cenas, gravadas em vídeo – que compõem a amostra dos dados levantados com o fim de subsidiar a pesquisa anteriormente mencionada – permitiram-nos redesenhar o que chamamos de trapaça criativa. Curiosamente, esses fatos surgiram quando os jogadores utilizavam-se do modo de jogar com a máquina, isto é, com o computador, proporcionando-nos verificar a subversão às estratégias de manipulação, produzindo efeitos de sentido, de certa forma inesperados.

Isso nos permite realizar um recorte do nosso ponto de vista bastante apropriado, já que se torna nula a pretensão dos produtores desse jogos e surge, portanto, o objetivo do presente trabalho que é colocar a descoberto o percurso que o *sujeito trapaceador* – assim o podemos denominar – realiza diante de um enunciado, cujo destinador utiliza-se de sofisticadas estratégias persuasivas de caráter sincrético.

Nossa exposição se utilizará de procedimentos metodológicos, partindo do que seria um percurso narrativo comum, para, posteriormente, traçar o que é provável que ocorra com o destinatário, que não se deixa manipular tão facilmente, isto é, quais as estratégias que visam à produção de efeitos de sentido, para depois identificar como ocorre a ruptura contratual das regras do jogo e as estratégias subversivas do jogador que as transgide.

Vale lembrar aqui que os jogos eletrônicos como mídia interativa são textos de caráter sincrético, na medida em que a computação gráfica utiliza-se de linguagens heterogêneas para “provo-car” efeitos de sentido nos seus consumidores. Assim, não elegemos

um corpus específico – dada a amplitude do universo tipológico dos jogos –, mas antes tentamos identificar características comuns ou categorizá-los, a partir dos níveis narrativo e discursivo, visto que aí há uma proposta comum, ou que na maior parte dos jogos mostra-se recorrente.

O sincretismo nos jogos eletrônicos: uma breve descrição

Greimas & Courtés, (1979, p. 414), definem como semióticas sincréticas aquelas

que constituem seu plano de expressão com elementos ligados a várias semióticas heterogêneas - cuja existência é evidente de imediato”, perguntando-se “ [...] se as línguas naturais [...] não constituem um elemento apenas, sem dúvida essencial, ao lado de dados paralinguísticos ou proxêmicos de uma comunicação, que é também sincrética.

Ao se questionarem sobre a natureza sincrética da comunicação em si mesma, os autores levam-nos a refletir sobre o modo de produção da mídia interativa, que toma em consideração o ajuste desse sincretismo elevado à qualidade/grandeza de estratégias discursivas.

No segundo tomo do Dicionário de Semiótica, (Greimas & Courtés, 1991, p. 233) levantam uma discussão sobre esta questão, apontando-a de duas formas:

[...] a problemática da enunciação sincrética: a dos procedimentos de sincretização por um lado, (da produção, do processo gerativo do sincretismo) e das estratégias sincréticas por outro, isto é, da elaboração de programas completos de comunicação, podendo ser esta comunicação contratual e/ou polêmica.

Mais adiante, os mesmos autores explicitam:

[...] o recurso a uma pluralidade de linguagens de manifestação para constituir um texto sincrético depende [...] de uma estratégia global de comunicação sincrética que administra [...] o contínuo do discurso, resultante da textualização e elege verter a linearidade do texto em substâncias diferentes; em certos casos, os procedimentos de sincretização podem depender de verdadeiras sinestias.

É preciso reconhecer que nos jogos eletrônicos ocorrem verdadeiras sinestias¹ por dois fatores:

1) Pela qualidade interativa da mídia, na medida em que equipamentos e programas estão indissociados, conferindo-lhe um alto grau de sincretismo, o que pode ser visto com uma manifestação de seu formante matérico.

2) Pelo fato de que é impossível distinguir na estratégia global da comunicação a existência de tal ou qual linguagem, tamanho o grau de sincretismo, pois além do verbal, do proxêmico, do sonoro, tem-se o visual que, aparentemente, desempenha papel hegemônico, mas que na verdade constitui, junto com as outras linguagens, o contínuo do discurso.

É preciso salientar que nesse sincretismo programas/equipamentos estão incluídos os chamados sensores (teclados, pedais, tapetes) e/ou sensores estereoscópicos (luvas, óculos etc.), sendo que esses últimos, indissociados das imagens de síntese, propõem um envolvimento tal que transporta os jogadores/ destinatários aos *mundos virtuais*, nos quais tem-se a ilusão de imersão física e de concretude dos objetos. Nessa qualidade de “excelência” do visual, (visão estereoscópica), tem-se uma isotopia sintática, pois o matérico – entendido como a posição: presença ou distanciamento do enunciador junto ao fato – é recorrente na aspectualização, na medi-

1. Na mesma fonte citada à pag. 234, encontra-se a seguinte definição de sinestesia: *En calidad de semióticas – objeto, las sinestias se caracterizan por um plano de expresión donde varias <materias> son asumidas por una misma forma, hay, pues, varias sustancias para una misma forma.*

da em que contribui de forma preponderante para actorialização, a espacialidade e a temporalização do discurso, concorrendo efetivamente para uma debréagem enunciativa, deixando, aí, o enunciador as marcas da enunciação. Fica assim, mais uma vez, postulada a afirmação de Oliveira (1998, p. 90) sobre os arranjos sintáticos:

Enquanto a sintaxe aborda os mecanismos formais que constróem as significações, a semântica trata dos mecanismos de investimento de sentidos na construção sintática. Essa perspectiva conferiu uma abrangência nunca antes pensada em razão de, num mesmo arranjo sintático, poder estar investido mais de um conteúdo semântico.

Essas articulações sintáticas, produto do sincretismo existente nos jogos eletrônicos, confirmam o que a mesma autora (Oliveira, 1998, p. 96) diz sobre o matérico:

Toda manifestação textual [...] guarda também em suas entranhas as indicações das ordens sensoriais que levam o texto a sensibilizar e convocar sensorialmente o sujeito [...]. Isso principia já na escolha do tipo de suporte [no caso dos jogos eletrônicos, o informático], dos materiais e das matérias empregados, assim como dos procedimentos técnicos utilizados para a constituição da obra.

E mais adiante continua, colocando duas questões:

Nas articulações sintático-semânticas das ordens sensoriais, estruturantes dos efeitos de sentido, estaria também a inscrição das propriedades sensíveis que atuam sobre os órgãos dos sentidos do fruidor? Também, estariam contidas nessas os pontos perceptíveis para descrição e análise do que é mais palpável no mundo que contamos: a matéria de que é feito tudo que existe?

Ora, nos videojogos a constituição do matérico (programas e equipamentos) homologa-se nas marcas da enunciação e essa articulação é estruturante dos efeitos de sentido, pois está nela a manifestação mais palpável do que existe no mundo: a matéria.

Ainda sobre os mundos virtuais, temos aqui um caso especial de figuratividade. Se tomarmos que a figuratividade, segundo (Greimas *apud* Barros, 1990, p. 72) é *o procedimento de revestir percursos temáticos abstratos com figuras de conteúdo, atribuindo-lhes traços de revestimento sensorial*, e que pode ser vista em duas etapas (Greimas & Courtés, 1979, p. 222): *a figuração – conversão de temas em figuras – e a iconização – que tomando as figuras já constituídas as dota de investimentos particularizantes, suscetíveis de produzir ilusão referencial* ou produzir efeito de sentido de realidade, podemos constatar que temos aqui um caso que pode dotar a figuratividade de um outro estatuto, na medida em que lhe é dada uma importância tal que o efeito de realidade, ao resgatar as percepções sensoriais, converge a uma estesia ou coalescência de sentidos.

Essa convergência de manifestações traduz-se num contínuo do discurso que tem seguramente no destinatário/jogador uma “presa fácil” para se tornar um enunciatário, sujeito de estado que competente, ou seja modalizado passa a crer e a fazer, pois o dispositivo veridictório é acionado de forma altamente potencilizadora. Levando em consideração que nos videojogos o fazer é caracterizado por um comportamento sensoriomotor, vemos que os procedimentos de ancoragem são realizados com vistas a provocar esse tipo de comportamento (sensoriomotor), que varia em intensidade de acordo a proposta de interatividade.

Estes são alguns aspectos do que pode ser levantado de imediato quanto às estratégias de comunicação sincrética que os videojogos instalam, desde já considerando-os textos estéticos, na medida em que *presentificam o mundo, os sentimentos, as impressões, as sensações* etc. (Oliveria, 1998, p. 91) e que para a semiótica, entre as linguagens e o mundo natural estabelece-se uma relação intersemiótica e não de representação. Assim, a mídia interativa cria textos em si mesmos, cuja significação encontra-se já *feicionada pelas escolhas materiais da forma de expressão, e, inclusive, é por*

essa especificidade estrutural que tanto age sobre os sujeitos destinatários. (Oliveria, 1998, p. 91). Em suma, os videojogos são textos estéticos se considerarmos ainda o que a mesma autora diz *sobre sua organização, que mantém um aprofundamento e uma ênfase na convocação da sensorialidade do sujeito para apreendê-lo e significar.*

Os videojogos: narrativa e discurso

À parte de toda configuração do sensível, é preciso analisarmos nos videojogos, na sua essência lúdica, isto é, caracterizá-los enquanto jogos. Como foi dito, anteriormente, os videojogos podem ser apreendidos em categorias, quando analisados nos níveis narrativo e discursivo, independentemente de ser este ou aquele jogo.

A narrativa mais geral dos videojogos é constituída por fases ou episódios, que são em si mesmos esquemas narrativos canônicos, cujos programas podem ser vistos como uma sucessão de estados e transformações, estabelecimentos e rupturas de contratos. Entretanto, antes de descrevê-los é necessário trazer as análises de Greimas sobre o jogo, no seu texto denominado *A propos du Jeu*.

Em primeiro lugar, o autor conceitua o jogo como um sistema de regras que paradoxalmente confere liberdade, um contrato que permite livre entrada, mas que não deixa livre a saída. Depois refere-se à pluriisotopia do jogo como um sistema [de regras] que leva o jogador a desenvolver ações discursivas programadas, isto é (Greimas, 1980): *[...] o face a face de dois sujeitos cognitivos que dominam o conhecimento das regras do jogo e que as exploram para elaborar, sob a forma de programas virtuais complexos, estratégias que os levarão à vitória.*

Para isso, ambos os atores, além da faculdade de construir cadeias de atos enunciativos eficazes, desenvolvem competências que podem ser tipificadas em:

1) Competência interpretativa das performances do interlocutor, permitindo-lhe reagir com atos às intenções do adversário, formulando uma representação do seu saber, querer e de seu poder fazer, ou seja, a partir da construção de um simulacro, entendido aqui como o *contrato implícito constituído do conjunto de pre-*

liminares que fundamentam a estrutura intersubjetiva, ou seja, a construção da imagem da competência que os actantes da comunicação se atribuem mutuamente;

2) Competência manipuladora de fazer crer que visa a tal ou qual objetivo e a fazer agir o interlocutor dentro de seu plano e em benefício do programa mais geral de seu adversário, estratégia de persuasão regida pela astúcia;

3) Competência semântica, ou seja, histórica, construída a partir de suas performances passadas, e;

4) Competência modal mais geral que engloba diferentes modalidades passionais, levando a um fazer programador, interpretativo e persuasivo.

Greimas ressalta que não é legítimo considerar os jogadores a partir das projeções de um aqui e agora, isto é, como atores abstratos. Eles são sujeitos históricos, que possuem competências semântica e modal, independentemente do exercício de jogo escolhido.

A partir dessas considerações, que podem ser vistas como essenciais e comuns a qualquer jogo, podemos ver as especificidades dos jogos eletrônicos que têm na interatividade seu quesito básico, sendo importante descrever como se dá essa ação interativa (Arana, 1996, p. 37):

Nos jogos eletrônicos, o usuário interfere diretamente no programa. Essas interferências estão previamente planejadas em forma de opções, o que lhe confere alternativas.” [modos de jogar; como por exemplo: em duplas (um parceiro), mais de um parceiro, com a máquina ou computador e nesse momento pode compor qual a personagem que quer “encarnar” e seus apetrechos especiais] Desse modo, através de estímulos – por parte do jogador – e respostas por parte do programa, ou vice-versa, o jogo vai sendo construído numa ação conjunta. As reações dos jogadores são condição para a estruturação do jogo e se manifestam tanto em diferentes níveis quanto em diferentes aspectos, a saber: sensoriomotor, cognitivo, emocional e social. Os jogos apresentam diferentes níveis de interatividade, em fun-

ção da complexidade técnica dos equipamentos e programas de interface [...] desse modo[...], os jogos compõem-se de fases subseqüentes, que apresentam dificuldades crescentes. A passagem de uma fase para outra exige do jogador domínio crescente da máquina e da estratégia do jogo. Os pontos obtidos são demonstrados no escrutínio e a premiação é dada através de “poderes mágicos”. Isso quer dizer que, ao subir no escrutínio, o jogador obtém poderes maiores que se refletem na personagem que o representa no jogo e que aos poucos sofre uma metamorfose, como por exemplo: adquire maior habilidade motora, é capaz de saltar, realizar acrobacias, obter objetos especiais como um carro mais veloz, uma arma mais possante. Os “poderes mágicos” oferecem condição ao jogador de vencer dificuldades em princípio intransponíveis para ele. Tais condições demonstram que a natureza da interatividade é dinâmica, sofrendo alterações ao longo dos episódios, em função dos jogadores.

A partir desta sucinta descrição, pode-se reconhecer que:

- os jogos se compõem de fases que são em si mesmas esquemas narrativos canônicos, na medida em que pode-se identificar os percursos do destinador/manipulador, e do destinador/julgador.
- uma vez aceito o contrato, o sujeito enunciatário encontra-se modalizado a um querer fazer, no caso, jogar, em busca de um objeto de valor que é a vitória.
- a cada fase ou episódio, é o programa de performance do sujeito que faz com que produza objetos para serem investidos de valor, que a cada vez, podem ser investidos de formas diferentes de figuratividade, como atravessar obstáculos, transpor barreiras, chegar ao fim do primeiro tempo de um jogo etc., configurando assim um percurso gerativo de sentido: do mais abstrato ao mais concreto, o que podemos ver na seguinte descrição:

[para] subir no escrutínio, o jogador obtém poderes maiores que se refletem na personagem que o representa no jogo

e que aos poucos sofre uma metamorfose, como por exemplo, adquire maior habilidade motora, é capaz de saltar, realizar acrobacias. (Arana,1996)

- os sujeitos da enunciação são transitivos, de um lado programas/equipamentos, sincreticamente constituídos como enunciador e de outro o enunciatário ou jogador – projetados no texto do jogo – mesmo que existam opções referentes à escolha de parceiros ou adversários, com exceção à escolha feita no modo de jogar como o computador. Aí passa a existir um programa narrativo de base, pois o programa (informático) sujeito de fazer (S1) passa a fungir como sujeito de estado S2, isto é, como um sujeito reflexivo (ao mesmo tempo sujeito de estado e de fazer), que mantém, por sua vez, com outro sujeito de estado S3 uma relação transitiva:

$F(\text{jogar}) \{ [S1(\text{ programa informático}) \rightarrow S2(\text{ programa informático})] \rightarrow S3(\text{ adversário}) \cap Ov(\text{ vitória}) \}$

$F \Rightarrow [(S1 \Rightarrow S2) \Rightarrow S3 \Rightarrow Ov]$

- a performance de uma fase – contabilizada na soma de pontos do escrutínio – é condição para a passagem à fase subsequente, construindo-se assim a narrativa mais geral, que parte do mais simples ao mais complexo, isto é de caráter gerativo. O resultado do escrutínio é a sanção do destinador/julgador que assim “permite” ao sujeito enunciatário prosseguir no jogo, recompensando-o através de poderes mágicos (arma mais possante, carro mais veloz etc.) isto é, modalizando-o ou atualizando-o, conferindo-lhe um poder ou qualificando-o para a ação ou ao fazer do próximo episódio.

- o menu de opções antecede cada episódio ou fase, tendo-se aí o narrador, figura delegada do enunciador. No escrutínio, encontramos a figura do observador, que tem o papel de determinar um ou mais pontos sobre o discurso e dirigir seu desenrolar. A sanção é manifesta no escrutínio final de cada fase e, neste caso, é o destinador que delega a voz ao narrador.

- a escolha no menu do modo de jogar (níveis de complexidade do quesito interatividade) determina o tipo de contrato, fazem-

do com que nesse momento o destinatário auto-avalie sua capacidade como jogador, ou seja, como disse Greimas, sua competência semântica ou histórica, construída pelas suas performances passadas.

- nos videojogos, o procedimento de veridicção se dá ancorado pela desembreagem interna que, no caso, não é só pela delegação interna de voz, mas também da ação, na medida em que os jogadores passam a encarnar os personagens integrantes da narrativa. Uma vez assim atualizados, os sujeitos tornam-se donos da ação ou sujeitos realizantes do jogo.

- o sincretismo dos videojogos resulta, pois, de um sincretismo de linguagens assim como de uma reunião de recursos de persuasão/manipulação que levam a uma estesia, que resulta no comportamento sensoriomotor e numa performance cognitiva. De um lado, o sensório, que convoca a visão, o tato e a audição e, de outro, o verbal (cognitivo), para desdobrarem-se num fazer que ape-la sobretudo para a motricidade.

A partir destas análises que apresentamos de forma preliminar, resta-nos ocuparmos do recorte deste trabalho, que nos remete de imediato àqueles episódios, nos quais a trapaça pode ser “inventada”. Como dissemos, o incomum desses fatos, leva a deter-nos sobre o caráter do contrato celebrado no jogo e, conseqüentemente, sobre o discurso – ou enunciação – dos videojogos.

Contrato e discursividade nos videojogos

Ora, com assinala Greimas, jogadores são sujeitos que desenvolvem programas discursivos virtuais complexos, munidos de competências interpretativa, manipuladora, semântica / histórica e modal.

Essas competências podem ser vistas na troca de discursos - de um lado o enunciador e de outro o enunciatário que num vai e vem de discursos, desenvolvem estratégias, de caráter manipulador que são assim descritas pelo autor (Greimas, 1980, p. 32):

Les configurations manipulatoires qu'il offre à son interpretation sont conçues de manière à être incomprises ou mal comprises de lui. A la limite, le joueur ne peut être

sûr de gagner que s'il personnalise le jeu jusqu'à ce qu'il devienne incomunicable. Ces séquences [...] constituent déjà l'ébauche d'un langage figuratif second.

A incomunicabilidade aliada à figuratividade submetem-se ao princípio da eficácia, pois não importa se o que se diz é verdade ou mentira, se é mais ou menos compreendido, mas que seja sobretudo eficaz, isto é, que o adversário passe a crer e a fazer.

O caráter discursivo do jogo é, portanto, de tal forma manipulador ao ponto de levar a despiastamentos, desnorteando o adversário para levá-lo à derrota, ou seja, a um percurso gerativo de sentidos, sustentado pela astúcia de convencimento.

Ora, se de um lado, há o percurso de persuasão constante do jogo – os sujeitos têm que se convencer mutuamente a cada instante – de outro, o contrato inicial pode ser desfeito, quando o enunciatário trapaceia ou infrinje as regras do jogo, ou mesmo quando se retira do jogo.

No entanto, como um sistema ético, o jogo tido como contratual, pode tornar-se polêmico, na medida em que as brechas/aberturas do sistema de regras podem ser exploradas. Isto é dito por Greimas (1980, p. 33)

Tout système normatif fait d'injonctions, c'est à dire d'interdictions et prescriptions, comporte les positions vides, du non - interdit et du non – prescrit, susceptibles d'être exploitées par des sujets du faire.

E comenta:

A l'a exception... des systèmes politiques pratiquant le binarisme strict où tout ce que n'est pas prescrit est interdit, et inversement: l'absence du jeu équivaut alors à l'absence de la liberté.

A liberdade é reconhecida por Greimas pela expressão *être à l'aise* (Greimas, 1980, p.33) que define -se por *un sujet du faire*

exerçant son activité dans le cadre permissoif du non - interdit et du non - prescrit. Desta maneira, fica configurada sua competência modal, na medida em que ele se conforma ou não às posições livres do sistema, numa sucessão de transformações e que o levam a diversos estados passionais, que o autor denomina *epanouissement de joie*, ou seja, um estado de alegria, trazido pelas possibilidades de exercer sua liberdade.

Videojogos: liberdade e interdição

Nos videojogos, os programas informáticos utilizam-se de uma linguagem de máquina, cuja matriz é binária. A natureza dessas linguagens remetem-nos ao binarismo descrito por Greimas, no qual tudo o que não é prescrito, sofre uma interdição.

Na descrição dos videojogos estudados na pesquisa anterior, (Arana, 1996, p. 96) encontramos:

Em virtude da estrutura binária dos programas que acompanham os equipamentos eletrônicos, os jogadores dos videogames não têm outro recurso senão dividir-se entre os campos lógicos, excludentes entre si: a cada passo, as alternativas são apenas duas, ou seja, a terceira possibilidade é eliminada. [...] O pensamento especulativo não seria, em decorrência, incentivado nos jogos competitivos estudados.

Diante dessa característica dos videojogos, identifica-se, além da natureza do enunciado, um programa discursivo que prevê apenas duas possibilidades, no qual tudo o que não é prescrito é interdito, mantendo um enunciatário confinado somente a duas alternativas e, portanto, sem muitas chances de explorar as aberturas do sistema de regras.

É preciso acrescentar aqui as observações que Greimas (1980, p. 31) faz sobre o jogo de xadrez no computador, já que essas se aplicam a quaisquer jogos dessa natureza.

Il est tendant [...] d'installer à la place de l'un des joueurs, en le dotant d'une intelligence artificielle capable de

déchiffrer un grand nombre de combinaisons d'actes de jeu stéréotypées et de leur donner des réponses appropriés. Un tel automate cependant n'est en mesure, paraît-il, de tenir tête qu'à des joueurs assez médiocres.

La machine opérant, dans un premier temps, au niveau référentiel du jeu ne serait pas capable d'interpréter des programmes ludiques qui ne soient fondées sur la quête de la victoire, mais régis par le système modal de second degré produisant des configurations de jeu qui signifient autre chose que ce qu'elles paraissent vouloir signifier. [...] le système de prévisibilité à peine établi peut de nouveau être dépassé par le joueur humaine. Le jeu continue et nourrit la illusion d'un peu de liberté.

Ora, se no jogo, dois sujeitos desenvolvem programas discursivos complexos, o fato de jogar com a máquina diminui consideravelmente as probabilidades de constituir-se num jogo interessante, onde os parceiros e /ou adversários possuem níveis similares de competências, debatendo-se em estratégias de convencimento. Ao contrário, nesse caso, encontra-se pouca novidade, já que o modelo é construído a partir de programas discursivos estereotipados, isto é, forjando um adversário medíocre, com probabilidade de ser derrotado facilmente por um jogador humano, em decorrência de sua competência semântica ou histórica., advinda de suas performances passadas.

Não é surpreendente, pois, o percurso que fazem esses sujeitos que trapaceiam, no modo de jogar com a máquina, pois este é provavelmente o ápice de uma situação do interdito. Na medida em que a diminuição da liberdade de escolhas é evidente, tanto pelo fato de não poder explorar as aberturas do sistema de regras, como também por lidar com parceiros/adversários, cujas competências estejam aquém de suas próprias, o jogo passa a tornar-se assaz desinteressante e surge aí a busca de novidades, na qual a experimentação se faz presente, como uma forma de < explorar> o interdito e de personalizar cada vez mais seu discurso.

Dessa forma, a ilusão de liberdade mantém-se, sustentada pelas tentativas de subversão às regras, às vezes bem sucedidas e

outras malogradas, até o momento em que jogador se dá conta de que o interdito não poderá ser explorado, e a partir daí produz-se o desinteresse completo do jogo, tornando-se este mais um produto descartável da mídia, pois as estratégias de persuasão tornam-se nulas.

É importante notar que durante o tempo que o jogador insiste em continuar o jogo em tentativas de suborno às regras, surge uma configuração manipulatória centrada na tentação, ou seja, no poder fazer, que pode não realizar-se, e nesse caso, não obtém o desempenho desejado, isto é, um sujeito de estado, atualizado, mas que não se transforma em sujeito do fazer, apesar de seu discurso altamente personalizado, ou criativo, como o denominamos anteriormente.

Conclusões: videojogos: “presença” e ludicidade

Dentre as considerações preliminares sobre os videojogos, é preciso concluir a partir das abordagens construídas.

Para que possamos analisar os efeitos de sentido dos videojogos, é mister colocarmo-nos no lugar do jogador, transportarmo-nos aos mundos das imagens, dos sons, onde o tátil projeta-se de tal forma, que produzem-se efeitos passionais que levam a um alheamento do mundo exterior, provocando a entrada em um “círculo mágico”(Huizinga, 1971).

Nesses mundos “mágicos” a proposta é sedutoramente conduzida, pois, se de um lado, temos o jogo, que em si mesmo leva seus participantes a um mundo de regras, autonomamente constituído, alheio ao mundo exterior, de outro, temos a beleza dos textos estéticos, que provocam encantamento.

Essa proposta sedutora que convoca os sentidos e provoca reações passionais passa necessariamente pela construção desses textos, onde o sincretismo dos materiais já determina as ordens sensoriais envolvidas, ou seja, no plano da expressão estão embutidas as condições que provocam efeitos de sentido.

Essa estratégia de comunicação sincrética administra o contínuo do discurso, partindo da simbiose entre equipamentos e programas informáticos, passando pela natureza da computação gráfica – que propõe a “presentificação”, (Landowski *apud* Oliveira, 1998, p.

91) a partir da composição das imagens digitais e /ou sintéticas com os sons eletrônicos – para gerar efeitos de sentido, que se manifestam na interatividade, que por sua vez estabelece uma correspondência entre o fazer somático/cognitivo e os artefatos eletrônicos.

É esse amálgama constituído de linguagens heterogêneas geradas a partir do plano de expressão que faz com que os videojogos tanto ajam sobre os sujeitos destinatários, convocando-lhes os sentidos, modalizando - os para se tornarem sujeitos do fazer. A irresistível atração que exercem os videojogos está definitivamente pautada no fato de que esses são textos estéticos, na medida em que:

- ativam a percepção dos sujeitos, provocando-lhes comoção / sentimentos para que *“ao entrar em contato estésico com o que se diz, processem perceptivamente a significação”*(Oliveira, 1998, p. 91) e;

- a forma de expressão (sincrética) lhe imprime um modo de presença, uma vez que conduz os sujeitos a uma experiência particular do que vivem no texto.

Os videojogos além de serem textos estéticos possuem uma dimensão lúdica, isto é, são jogos. Quanto a isso, a partir de Greimas temos uma visão crítica, na medida em que são jogos em computador. A rigidez binária do programa informático empobrece a troca de discursos entre enunciador e enunciatário, quando este último possui uma boa competência semântica, limitando-o no sentido de construir programas complexos e mais significativos, resultando ao fim desse percurso modal numa configuração passional, sustentada pela frustração.

A análise estrutural da proposta interativa dos videojogos pode ser colocada como aquela munida de uma dupla intencionalidade. Se por um lado, são textos estéticos que persuadem pela emergência de uma “presença” de mundos em si mesmos, por outro, produzem paixões que imprimem a esse fazer os ritmos da alma, transformando o jogo em um acontecimento estético.

Jogos, enquanto atividade humana que faz brotar os elementos arcaicos de que somos constituídos como desejos, sonhos, vontades de participação no mundo com seus riscos, imprevisões, possibilidades e aberturas infinitas e estesia, enquanto

“presentificação” desse mundo, são, pois as estratégias usadas para convocar a indiscutível adesão que os videogames provocam nos seus destinatários.

Bibliografia

- ARANA, M. V. M. de. 1996. *As reinvenções do lúdico: jogos eletrônicos, infância e cultura*. 120 p. vídeo 20min. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.
- BARROS, D. L. P. de. 1990. *Teoria semiótica do texto*. São Paulo: Ática.
- GREIMAS, A. J.; COURTÉS, J. 1979. *Dicionário de Semiótica*. Trad. de Alceu dias Lima et al. São Paulo: Cultrix, v.1.
- _____. 1979. *Diccionario razonado de la teoría del language*. Madrid: Gredos, 1991. v.2.
- _____. 1980. *Description et narrativité suivie de à propos du jeu*. Paris: CNRS/ École de Hautes Etudes em Sciences Sociales/ Groupe de Recherches Sémio – Linguistiques, Actes Semiotiques - Documents, II, 13.
- HUIZINGA, J. 1971. *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva/ Edusp. MARTINS, Marcelo et al. 1998. Os simulacros e os desdobramentos da subjetividade. In: *Colóquio de Centro de Pesquisas Sóciosemióticas*, IV. São Paulo: dez.
- OLIVEIRA, A. C. de. 1998. A semiótica na gravitação dos sentidos. *Nexus: Revista de Estudos de Comunicação e Educação*. São Paulo: Universidade Ahembi Morumbi, v.2, n.3, ago.

Adolfo Celi, um olhar para dois mundos*

*O ensaio foi publicado em italiano em suplemento monográfico da revista *Lumière*, n.29, jan-março 2002, com título *Celi regista: un teatro tra vecchio e nuovo mondo*. Apoio do CNPq.

ALESSANDRA VANNUCCI

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro/PUC - *doutoranda*

Resumo

O ensaio resgata a vivência brasileira de Adolfo Celi, ator e diretor italiano ativo em cinema e teatro (1922-1986), inserido no laboratório paulista da *renovação*, na década de 1950. Sua atuação impôs, no palco, o legado texto-cêntrico de Silvio d'Amico e a utopia do ator plástico de Copeau e, na tela, a estética neo-realista associada a uma atuação fortemente marcada pelo ideário teatral moderno. As intuições, a herança, as oportunidades e as invenções perdidas desta experiência transcultural sugerem um quadro de realização somente parcial do projeto modernizador. Ao entrar na década de 60, é a sensação de ter esgotado um ciclo existencial que fornece a Celi um válido *álibi* para o retorno. *Álibi* (1969), seu terceiro e último filme como diretor, realizado na Itália com Gassmann e Lucignani, é um testemunho de vida e memórias, de raiva e de *saudade* do Brasil; e um precioso guia para entender sua extraordinária 'aventura americana'.

Palavras-chave

Adolfo Celi, teatro, cinema

Abstract

This research is about the extraordinary Brazilian experience of Adolfo Celi, italian actor and director of theatre and cinema (1922-86). In São Paulo he directed the TBC (*Teatro Brasileiro de Comédia*) in which inserted ideas from italian performing reform (text-priority, composed interpretation) and cinematographic aesthetic (neorealism). His presence, as an italian of the reconstructing generation, in this euphoric period of Brazilian development, while the show business is beginning with simultaneous modern theatre, cinema, museums and television being projected for a mass public, suggests a transfer of ideas just partially realized. *Alibi*, his last film as a director (Italy 1969), with Gassmann e Lucignani, is a precious guide to understand this extraordinary migration of an italian, this alternative 'american adventure'.

Key words

Adolfo Celi, theatre, cinema

Adolfo Celi, esse siciliano de olhos claros num rosto grande e imperioso, amadurece sua arte na intensa trama de amizades, provocações e afinidades promovida, na geração, por Silvio d'Amico e seu apostolado em favor da renovação teatral realista. Aos 19 anos, em 41, Celi é matriculado (como aluno ator, logo transferido para o curso de direção) na Accademia d'Arte Drammatica de Roma, onde então a direção cênica, resgatando-se de seu surgimento em odor de fascismo, configurava-se como arte poética e ofício de resistência aos caracteres falsificadores a ela atribuídos pelo Regime. A intensa troca consentida por algumas vigorosas amizades (como a que liga Celi a Luigi Squarzina, Luciano Salce e principalmente a Vittorio Gassmann) anima peculiares contrapercursos pedagógicos rumo ao estranhamento, praticado pelo viés de rituais exclusivos no esotérico Grupo dos 11. Em *Educação teatral*, diário do grupo, eis como Gassmann e Salce descrevem o jovem Celi: “Adolfo tinha ombros quadrados e olhos cinza, metálicos. Isto nos iludiu por algum tempo: o julgamos um ‘positivo’. No entanto, talvez por ter nascido em 22, ele aninhava igualmente milimétricos problemas de formação espiritual; incerto e tímido a seu modo, também procurava soluções e as pretendia, genericamente, da vida. O colóquio era o que, de fato, lhe fornecia a chave necessária. Em sua essência, Adolfo era um cara ‘transparente’; chegava-se com ele a uma rarefeita lucidez de impressões, sabores e cheiros. Daquela nossa primeira turma de direção na Accademia, ele era o único que sabia dar uma fala com autêntica precisão (tocava violão, de ouvido)”. E termina “Éramos 11, todos de 22, nenhum pederasta”¹.

1. Inédito, o diário é conservado no arquivo particular de Leonardo e Alessandra Celi, em Roma.



Adolfo Celli

Fotógrafo não identificado/ CEDOC Acervo FUNARTE

Dessa que se vem configurando como a ‘geração dos diretores’ (Meldolesi, 1984) Celi separa-se uma primeira vez, quando é chamado para o exército, em dezembro de 42. Sua opção de solidão, acompanhada por uma carta de adeus em que denuncia as síndromes exibicionistas do grupo, atinge as frágeis compensações dos amigos (Squarzina, Gassmann e Salce) os quais, no entanto, ainda preferem a extensão perpétua da experiência acadêmica em busca da sempre perfectível ‘cena dirigida’. Após o diploma e já liberado do Exército, em 46, Celi ingressa sozinho no mercado, estreando em Milão, com uma companhia profissional (De Sica-Besozzi-Gioi), um espetáculo bem-sucedido (*Times of your life*, de William Saroyan), destinado a tornar-se seu cartão de visita quando de sua chegada ao Brasil. O compromisso do grupo devia parecer-lhe por demais vinculador numa década em que tudo estava para acontecer; enquanto os grandes atores, donos dos palcos, mas ainda dependentes do repertório pré-bélico, se mostravam disponíveis ao render da guarda e abriam espaço para o fervor diretivo dos jovens. Enfim, evidentemente convencido das vantagens da solidão, Celi separa-se do grupo mais uma vez ao viajar com Aldo Fabrizi para a Argentina, onde atuaria no filme *Emigrantes*. Era 1947: voltou para a Itália em 1964.

Apesar dessas reiteradas despedidas, a extraordinária aventura de Celi, que – deixando-se seduzir pelo fervilhar de propostas teatrais e cinematográficas entre Buenos Aires, São Paulo e Rio de Janeiro, e ignorando os apelos dos amigos – acaba por ser conquistado pela América, revela sempre a saudade daquela geração movida pelo projeto de implante da direção e expressa o anseio de perpetuar aquele projeto geracional, tornando-o uma missão pedagógica, reproduzindo o clima dos primeiros tempos naqueles países, onde tudo ainda estava por fazer.

A sensação da América

A narração da viagem esgota-se na aturdida percepção da distância; essa, enquanto medida geográfica e dos anos que o separaram da Itália, é negada pela generosa coerência existencial das oca-

siões oferecidas pelo Novo Mundo. Em Buenos Aires, em 46, Celi realiza (numa *Antígona* montada com um grupo jovem) as mais ousadas sugestões experimentais de Orazio Costa, mestre de direção da Accademia – declinando as amplas possibilidades da palavra dita ‘por dentro’, como “ressonância do inconsciente” (Celi, in Rabetti, 1989, p. 342). Logo em seguida surpreende-o o convite, chegado misteriosamente por carta, do recém-fundado Teatro Brasileiro de Comédia – o que faz com que em janeiro de 49, aos 27 anos, convalescente de uma operação na garganta e atemorizado pelas oito horas de vôo, ele embarque para São Paulo num velho DC8. Era a primeira vez que viajava de avião. Pousa às três da tarde; às cinco está montando as luzes do espetáculo que estréia às oito – *Ingenuidade*, de Van Druten, direção de Madalena Nicol. Peça “montada *ingenuamente*, mas com sinceridade”, anota Celi, que lembra ainda: “Eu vinha contando as minhas experiências, os defeitos deles; explicando aquela que, para mim, era a estrada certa. Observava-os atentos e interessados beberem as minhas palavras como ouro puro, madrugada adentro, sem dar sinal de cansaço. Eu era diplomado na Accademia de Roma: isso para eles era sinal de competência, preparação técnica e artística indispensáveis”.² Nada consta a Celi sobre o teatro brasileiro, enquanto em Buenos Aires prosperavam então 40 companhias profissionais; e o impacto com a língua portuguesa, que ignora, desnorreia-o. Contudo, atraíam-no a virgindade daquele palco ‘vazio’, em que o trabalho estava em fase germinal, a percepção eufórica de grandes possibilidades abertas para uma pioneira conquista, que fazia com que, naqueles anos em São Paulo, “advogados e médicos³ abandonassem suas profissões para tornar-se atores” (Celi, in Rabetti, 1989, p. 356). É a “sensação da América... a que no Brasil se traduz com a frase *plantando, dá*” (*ibidem*, p. 353).

A modernidade biográfica de Celi, assim como dos outros diretores que ele mesmo convoca até o final de 1950 (Ruggero Jacobbi do Rio de Janeiro, onde trabalhava como diretor desde 1947,

2. Celi, in *A volta*, roteiro do filme *Álibi*.

3. Como Paulo Autran (advogado), Valdemar Wei e Sergio Brito (médicos).

Luciano Salce e ‘Flem’ Bollini de Roma), resolve o desconcerto inicial de emigrantes, viabilizando uma enérgica refundação local da missão reformadora. Quando não se reconhece, convencionam-se entre o país de origem e o Brasil um paralelo, por vezes incôngruo aos pressupostos históricos, lá onde o desenraizamento de significados inadequados ao novo contexto mostrava-se necessário, antes à superação da tragédia humana da guerra, depois a um mergulho no exótico que propiciasse o pleno sabor de ‘descoberta’. Por um lado, a impaciência desses jovens diretores diante da paralisia em que ingressava então o mercado italiano, em fase de especialização sistemática (“a sensação de que a aventura da direção tivesse se esgotado”, como capta Meldolesi, 1984, p. 219); por outro lado, o sentimento de poder ser, mudadas as latitudes, não só continuadores de um saber, mas também criadores de novas linguagens justifica a percepção não penosa da emigração, mas, sim, como um ‘feliz destino’ (dirá Jacobbi). Essa atitude positiva favorece o surgimento de oportunidades, a formulação de objetivos coerentes com suas ambições projetivas e, com frequência, a plena realização de tais programas, justificando o desenraizamento como profícua refundação. Mata-se a saudade dos sonhos juvenis no ‘grupo’ da Accademia (embora parcialmente confortados pela concentração em São Paulo de parte representativa da geração⁴) com sofridas evocações daquele tempo ofuscado pelas bombas, que cumpriria agora suas promessas num Brasil ensolarado e cordial, conotado como espaço ‘outro’ (em que os sonhos se tornam reais) e ‘novo’ (virgem de significações e aberto a todas elas). Assim, os alegres fogos de São João distraem Celi da severa memória de outras explosões (enquanto ensaia *Otelo* com os alunos da Escola de Arte Dramática, no mezanino do teatro, assim como o ensaiava na Accademia sob os bombardeios); assim, Salce jubila ao deparar-se, recém-chegado naquele palco longínquo,

4. Chegam ainda, em 49, o roteirista Fabio Carpi e os cenógrafos Tulio Costa, Bassano Vacarini e Mauro Francini; em 54, os diretores Gianni Ratto, Alberto d’Aversa e, por breve tempo, Dino Risi – para citar apenas os mais conhecidos. Por pouco até Vittorio Gassmann não se lança na aventura brasileira, à qual prefere Hollywood, desfazendo acordo anterior com TBC-Vera Cruz (Revista *Manchete*, n. 18, 23/8/1952).

com o mesmo *Fils d'Eduard* que deixara em Roma – como se nunca tivesse partido de lá ou “como se um milagre tivesse acontecido aqui, os milhares de quilômetros que eu acabava de percorrer desapareceram e um fio mágico [tivesse] unido os palcos de um continente ao outro”.⁵ Para ocasião da faustosa estréia de *Nick bar* no TBC, Jacobbi evoca a humanidade dolente da Milão invernal, em que se confundia um Celi aflito por outros *times of life* (trata-se do mesmo texto de Saroyan com que Celi havia estreado em 46 no circuito profissional italiano): “uma canção de misérias e gloriosas esperanças do homem; canção de gente pobre, como nós éramos, de gente que vivia em bares e botequins, como nós vivíamos, à sombra de duas guerras, como nós estávamos e estamos”. Gente angustiada, para quem a América não poderia ser senão sonho de um mundo ‘outro’, suavemente promissor e sem conflitos: “Passaram os dias, veio a estréia e o sucesso: o mais belo sucesso do teatro italiano daquele ano. Depois da estréia fomos a uma *boite*. Adolfo sentou num canto, bebendo e pensando; parecia triste. A orquestra tocava – juízo! – *Aquarela do Brasil*”.⁶

Enfim, a ‘sensação da América’ a que Celi apela, talvez em nome da geração, é a desejada imagem de um mundo diverso e melhor. Para Celi, contudo, o caminho rumo a esse mundo não é político. Ao contrário: pela arte, evade do sectarismo do real dilacerado pelas reivindicações de frente, classe ou partido e procura no palco um espaço autônomo e superior em que seja possível perpetuar a fundação da realidade em sua mais pura dimensão poética.

Entre quatro paredes

*O verdadeiro realismo é o do teatro e não o da vida. Na vida o realismo se apresenta, ninguém ousa negá-lo, com os maiores defeitos. No teatro, os defeitos são corrigidos e o realismo se apresenta artisticamente. Isto quer dizer que o teatro corrige a vida; portanto, a vida está realmente no palco e não na vida.*⁷

5. Salce, programa de *Os filhos de Eduardo*, de M-G. Sauvaujon. TBC-SP, 1951.

6. Jacobbi, ‘O bar da esquina’, no programa de *Nick Bar (Times of your life)* de W. Saroyan. TBC-SP 1949.

7. Celi, apresentação à imprensa de *Nick bar* e da primeira temporada do TBC. *Diário de São Paulo*, 6/2/1949.

Nos primeiros programas do Teatro Brasileiro de Comédia (TBC) de São Paulo, fotografias e textos de diretores, atores e mestres modernos veiculam o esforço de designar uma ideologia programática, que se alastra das mais sofisticadas elucidações teóricas aos mínimos detalhes de cenotécnica, justapondo modernidade e *métier* no intuito de dispensar ao público noções de ‘bom teatro’. Em composição eclética, alternam-se frases de Copeau, Dullin, d’Amico ou Jouvet com o testemunho do maquinista e da camareira do TBC; às finíssimas notas críticas de Jacobbi segue a transcrição de velhos manuais operativos sobre maquilagem ou iluminação. Tais justaposições revelam uma cultura em formação entre projeto vanguardista e prática possível, a qual se apóia – orgulhosamente pioneira – em seus feitos anteriores a fim de atribuir nova dignidade à arte desqualificada pela vulgarização do ‘velho teatro’ brasileiro. Enquanto diretor artístico estrangeiro, diplomado e carismático, Celi é propulsor de tal movimento, que intenciona requalificar o *status* da arte teatral, isto é, reaproximá-la do bom-gosto burguês. Disciplina à prova do profissionalismo da equipe, forma estética ‘de nível internacional’ e gênero dramático (em substituição à ‘baixa comédia’, dominante no mercado popular) são os critérios com os quais Celi se compromete publicamente para a produção de um teatro ‘sério’. Entendam-se à luz dessa perspectiva moralizadora seus pedidos de ‘licença’ para as freqüentes ‘concessões’ ao infamado gosto do público médio, com que a casa deve compactuar desde sua primeira temporada para garantir-se hegemonia no mercado. *Boulevards* e outros gêneros ‘inconseqüentes’ (isto é, dotados de comicidade demencial) são confiados a Jacobbi e Salce, cuja sensibilidade mais se inclina ao riso, enquanto Celi aplica-se com coerência aos manifestos estéticos (como o citado em abertura de parágrafo: instigando à paradoxal inversão do princípio de verossimilhança na arte que impõe à natureza ‘real’ do ator de adequar-se ao imperativo ‘poético’ do personagem) e aos laboratórios de interpretação. Esses se realizam em pleno clima experimental – ‘entre quatro paredes’, como, em 1950, os ensaios de *Huis clos*, de Sartre. Sem entrar na *querelle* homosexual-existencialista da peça e contudo aproveitando-se do inevitável *succès de scandale*, Celi faz do espetáculo o manifesto

de sua ‘cena dirigida’. Surpreende na literatura de Sartre uma imprevista e compacta teatralidade, que se formaliza em estruturas rítmicas de violência desconcertante e se organiza numa composição em nada comparável ao que havia sido apresentado àquele público até então. A poética sartreana reduzida ao essencial dos personagens ‘entre quatro paredes’ afirmaria, segundo Celi, a responsabilidade absoluta da ‘diversidade’ individual contra o conformismo classificatório de qualquer instituição. Volta a manifestar-se, nessa fase, como ideologia individualista adequada ao personalismo anarcóide dominante na caótica sociedade brasileira, sua intolerância ao sistema/grupo que apaga as margens sensíveis de um caráter peculiar como o de Celi – cujo máximo desconforto, uma angústia bem pirandelliana, poderia ser “o conflito que um ser humano trava consigo e com aqueles que o circundam, quando se dá conta de não poder mais suportar a sua condição inerte e casual dentro de uma coletividade”⁸.

O teatro, virilmente ocupado pelo diretor – ao qual cabe suscitar no público, mediante a presença em cena dos atores, a consciência do nexos emoção/ilusão/realidade estabelecido pela arte –, é lugar super-humanizador de ‘discussão pública’⁹ em que é possível, ao mesmo tempo, transformar a dialética da incompreensão humana em poesia. A descoberta da palavra em sua essencial simplicidade (não poluída pela mutável emoção do interprete, mas emergida como ritmo primordial do subconsciente e, assim, feita veículo de uma realidade poética franqueada à impureza do real) instiga a pesquisa cênica de Celi desde o encontro com Saroyan, em cujo “lirismo crepuscular”¹⁰ o diretor reconhecia indícios de um realismo poético comparável àquele então perseguido pelo neo-realismo cinematográfico romano. Recusando-se a lançar mão do verossímil, a ‘cena dirigida’ por Celi foge às determinações funcionais do realismo

8. Escreve em 1960, no programa de *Geração em revolta*, Teatro Copacabana-RJ. A afirmação pessoal é *leit-motiv* de Celi; a renúncia a ela, diante dos anseios de autoria coletiva expressos pela nova geração, esgota sua missão brasileira.

9. Celi, 1951, programa de *Seis personagens à procura de um autor*, de Pirandello, TBC-SP.

10. Celi, 1949, programa de *Nick bar*, cit. TBC-SP.

cotidiano, pois trata de estipular uma dimensão autônoma de teatro-arte, além do real, e não de teatro como imitação da vida. O caminho dessa busca comporta, segundo Celi, a aplicação de um realismo radical enquadrado por rígido projeto formal que, ‘suspendendo’ o ator em cena com ênfase icástica, produziria uma visão alegórica, um artefato de realidade puramente ilusório e livre de *clichés* miméticos. Esse ‘novo’ realismo (sugerido pelo encontro da ‘geração dos diretores’ com o novo realismo americano de Saroyan, Maxwell Anderson, Tennessee Williams) pode tornar-se meio de conhecimento, enquanto experiência visual-sonora capaz de perturbar a óbvia gramática dos nexos sensíveis, própria do realismo tradicional. A verificar sua dimensão poética em cena intervêm critérios interpretativos que remetem ao apostolado acadêmico de Silvio d’Amico, como a validade universal do texto (que oculta uma *verdade* ‘sua’) e a unidade originária do gênero dramático (que se representa como *sucessão* absoluta de ações no tempo presente, sem distância épica nem narrador). Para o magistério do diretor que, servo do texto e senhor da cena, interpreta aquela verdade e orquestra aquela sucessão, é necessário um “material plástico” – o ator, conforme sua célebre definição juvenil¹¹ –, cujo corpo (sua acentuação mímico-fonético-interpretativa) se encaixe no corpo total da visão espetacular concebida e montada pela direção. Desmontadas as pretensões de verdade da expressão espontânea, cabe ao diretor perfurar as camadas fisiognômicas/significantes do intérprete, intervindo com diversos fatores associativos e de ‘angulação’ como ‘aspas’ que requerem do ator certa “irresponsabilidade criativa” (*ibidem*).

O uso do ator, associado a outros elementos plásticos em sequências espaço-temporais que se formulam a partir das possibilidades criativas do observador externo é, para Celi, evidente no caso cinematográfico, em que o olho externo se concretiza na câmera, e o processo criativo dilata suas possibilidades para a fase de montagem. Enquanto no palco a simultaneidade dos processos de expressão/recepção limita a proliferação de signos à presença expressiva

11. Celi no artigo juvenil ‘L’attore come materiale plastico’, in *Roma fascista*, XXI, 20/5/1943.

do ator e aos resultados de sua reflexão sobre o sentimento expresso, a sugestão de uma cena filmada pode ter sido gerada *a posteriori*, sem que o ator tenha jamais tido intenção ou consciência de estar expressando tal sentimento. A marcante organização simbólica por seqüências espaço-temporais encadeadas por signos recorrentes, no filme *Caiçara* (dirigido por Celi em 51, para estréia da Vera Cruz), indica manipulação proposital, embora empírica, da narração realista intencionando potencializar e totalizar a dimensão alegórica e poética. A história do desafortunado casamento da órfã com um pescador, originando a explosão e extinção dos males endêmicos de um povo predestinado, permite delimitar o desenvolvimento dos conflitos aos confins naturais da ilha e, assim, dignificar os comparsas (os fadados *caiçaras*) como inquietantes observadores do drama dos personagens (um coro grego, anota Galvão, 1981: 233-255). A montagem, concebida como elaboração geométrica e composição de detalhes em rígidos quadros expressivos, acentua essa tendência ao isolamento, fazendo da ilha uma metáfora orgânica e totalizante da nação – segundo a qual o Brasil (antigo) da irracionalidade ritual, expressa nas mandingas da preta velha, seria assimilado pelo Brasil (moderno) da racionalidade e do trabalho, possibilitando a eliminação do mal no caminho reto do progresso liderado por uma burguesia conseqüente e positiva. A imagem do Brasil enquadrada nesse modelo (que se diria griffithiano ou neo-realista) resulta especialmente *a posteriori*, em virtude da composição imagética e formal de elementos plásticos (objetos, corpos, olhares) em movimento num espaço fechado. O próprio isolamento (a distância do cotidiano) revela, contudo, ser categoria criativa necessária ao experimentalismo de Celi rumo a um realismo ‘puro’, na medida em que – por instância do diretor – o elenco passa, incomunicável, todo o período da filmagem na Ilha Bela.

Preconizado por Celi como projeto estético desde 1949, o realismo ‘puro’ viabilizado pela cena dirigida realiza-se empiricamente, seja na produção teatral e na cinematográfica, como busca ‘entre quatro paredes’ de uma linguagem atorial que verificava então sua radical ruptura com o idioma tradicional dos palcos brasileiros, que pisavam então grandes atores sem concorrência (nem

nas telas) para seus excessos líricos, seu histrionismo e sua presença convulsa, de herança romântica. Um ‘velho estilo’ que se diria “muito menos exótico do que *démodé*” (Lévi-Strauss, 1999:97, ao descrever a cena pública), ao qual Celi opõe sua premeditada recusa¹² em nome da utopia minimalista do *comédien desincarné*, cultivada por sua geração e por ele inoculada na geração de atores que protagonizam os primórdios do TBC e da Vera Cruz. De acordo com essa disciplina, o ator busca o papel fora de si, não ‘imitando’ nem ‘compondo’, mas, sim, emprestando seu corpo para ‘encarnar’ o personagem, penetrando-o pelos mínimos detalhes até ser dominado/ dominar sua realidade ilusória num estado semiconsciente que (conforme Dullin¹³) “emana da alma, irradia e se impõe”. É a ‘presença’, mítico *graal* da arte moderna do ator.

Senão, vejamos. Paulo Autran recorda sua angustiada busca do Rei Creontes (na *Antígona*, de Sófocles-Anhouil, em 52, seu terceiro trabalho no TBC) como um processo de perda de segurança diante da instância de Celi de minimizar os signos expressivos¹⁴ até chegar ao “estalo” que o franqueia de seu corpo e voz, livra-o das inflexões ordinárias (espontâneas) que tolhiam o personagem e lhe permite a conquista da senhoria (artificial) sobre as palavras. Nessa busca rumo à superação do realismo, a partir do realismo, Stanislavski revela-se guia essencial. Tal endereço de pesquisa, anos mais tarde indicado por Celi citando o ‘método’ aplicado pelo Actor’s Studio na interpretação cinematográfica¹⁵, na época de sua direção no TBC apóia-se, contudo, em métodos ecléticos e empíricos de medição, caso a caso, das dificuldades do ator, cujo objetivo nos ensaios dirigidos é conquistar a ‘presença’ em cena de corpo inteiro, ao vivo e

12. “A maneira de representar no Brasil, naquela época, parecia-me extremamente característica de uma descendência portuguesa de velho teatro e correspondia a uma velha maneira de representar na Itália [...] Eu queria acabar com aquilo.” Celi, entrevista a G.Lerner in Fernandes & Vargas, 1983, p. 124

13. No programa de *Nick bar*, cit.

14. “Celi não queria uma composição de velhinho. Queria que eu passasse a autordade, o peso do rei, seu desencanto com a vida, seu ceticismo, *com sutilezas de interpretação apenas*. Eu entendia e concordava. Mas nos ensaios via que ele não estava satisfeito. E repetia, repetia, repetia, e ele explicava, explicava, explicava...”, in Guzik, 1998, p. 68.

15. “Acho que nós chegamos antes”, comenta Celi, in Fernandes & Vargas, 1983: 124.

quase sem intervalos.¹⁶ Os testemunhos sobre o trabalho de ensaio dirigido por Celi se contradizem: por um lado, Cleyde Yaconis, atriz então estreante, evoca-o instruindo-a com exercícios de memória emotiva, resgatando as recordações da avó para descobrir “quais elementos de velha eu dava: atravessar a rua, quase ser atropelada, ver cachorro, ver criança, ver vitrine, rezar, ir à igreja; nós fomos selecionando” (Depoimentos, VI: 32). Outros o lembram concentrado em violentar os bloqueios do ator com obstáculos físicos: ao Gustavo Nonnemberg, que engrolava, Celi segurava com um lenço a ponta da língua; para conseguir o frenesi da entrada em cena do Sr. Ponza em *Assim é se lhe parece*, mandou Paulo Autran dar a volta ao edifício correndo; aos intérpretes de *Caiçara* abraçava os pés para que não balançassem o corpo e acionassem só os músculos estritamente necessários, etc. Elisabeth Henreid afirma que Celi “falava um pouco por metáforas [...] dava as dicas, mas você tinha que desenvolver” (Dionysos, 25: 157); conforme depoimento discordante de Jacqueline Lawrence, Celi “impunha uma forma de ser e não conduzia” (in Lopes & Saadi, entrevista 2.6.81). O próprio diretor admite ter abusado, sim (impostando os intérpretes, sugerindo as inflexões), da autoridade conferida, desde os tempos da Accademia, pelo fato de “saber dar uma fala com precisão”¹⁷. Por outro lado, aposta que, “somente porque trabalhei dessa forma, consegui certos resultados” (in Fernandes & Vargas, 1983: 121) de atores amadores desafiados por estréias bimestrais e, logo depois, pela atolada agenda de filmagens da Vera Cruz, onde, no entanto, Celi não libera os interpretes do mesmo cuidadoso processo de construção da personagem. “Eu”, continua Celi, “dava um projeto de corpo para o corpo dos atores, com a voz deles, com suas inflexões [...] dava esboços de materiais, para o ator usar: material fonético, de contraste, de inflexões, material de violência; e sugestões de gritos, choros, risadas [...] Então, eu não impunha uma marcação: impunha uma violência, uma violência fonética, uma sensação de violência. Eu gos-

16. Diverso o caso do ator cinematográfico, como anota Celi, in ‘L’attore come materiale plastico’, *op. cit.*

17. Conforme os colegas Gassmann e Squarzina, in *L’educazione teatrale, op. cit.*

tava de desnortear o ator no contraste de uma sensação após a outra. E os atores [do TBC] reagiam muito bem a isso. Acho que eles mudaram em suas carreiras pessoais exatamente por causa desta forma de dirigir: um ritmo, uma velocidade de representar. Pois eu, na época, estava obcecado pela maneira de representar brasileira, que dava o tempo ao público para ouvir até se cansar [...] Queria passar por cima de tudo isso e dar muito mais coisas ao mesmo tempo. Todas as minhas peças duravam 10 minutos a menos do que deveriam. Eram muito mais rápidas, eram terrivelmente rápidas. Mas o público pegava.” (*ibidem*: 125 e 122).

O método da irrupção violenta faz a passagem, portanto, de estratégia criativo (desnortear o ator) para preocupação estética (diante do risco de aborrecer a platéia), enfim para motivo de grandes êxitos comerciais. Assim, o eventual bloqueio do ator torna-se eixo da pesquisa estética e acaba gerando cenas de elevada tensão teatral: é o caso do citado sucesso de *Entre quatro paredes*, de 50, em que Celi consegue passar aquelas ‘patologias filosóficas’ ao público agredido “não com golpes de efeitos, mas com violências humanas” (Celi, *in* Rabetti, 1989: 368).¹⁸ Ou do memorável final dos *Seis personagens*, em 51, ocupado pela longa risada *forçada* – aponta Celi – de Cacilda Becker. A atriz não conseguia rir com naturalidade em cena, “mas tanto fez, que conseguiu inventar uma risada sua, com a qual devia descer do palco com um fôlego que, na realidade, ela não tinha. A cena então era: ela devia, rindo, atravessar o palco, a platéia e sair pela porta do fundo do teatro. Ela conseguiu. Dava arrepios...” (*in* Fernandes & Vargas, 1983: 120). O trabalho do ator, no objetivo do neo-realismo poético pretendido por Celi, consistiria numa síntese expressiva entre seus meios (ou deficiências) e a idealização sugerida pelo texto: o ‘equilíbrio perpétuo’ entre impulso e racionalidade, naturalidade e controle, já expresso por Copeau e Juvet (na esteira da vanguarda classicista da *Nouvelle Révue*

18. Já que o problema para Sartre – reflete Celi (*in* Fernandes & Vargas, 1983: 129) – não era “de impor o vício lésbico, era o problema de impor uma maneira de pensar, defender um ponto de vista existencial [...] e Cacilda conseguiu ter um domínio extraordinário sobre a maneira de se impor, com aquela avidez e aquela força interior” – uma força muito além de seu pequeno e frágil corpo de atriz.

Française). Os ensaios até alta madrugada, a troca de papéis, o contínuo retornar à mesa, a experimentação exaustiva de cada fala, de cada vírgula; as intuições no bar, diante do *whisky* de sempre nos remetem, afinal, à imagem de um diretor avesso aos truques e às sofisticações estilísticas e – segundo Autran – “muito mais preocupado em fazer espetáculos, em nos transformar em atores, em nos melhorar como atores, do que em nos incutir teorias na cabeça. Era comum as pessoas dizerem *o Celi é uma fábrica de atores!* [...] Ele formou um núcleo muito bom de atores [...] gente consciente do que é o ato de representar, do que é transmitir um personagem à plateia” (*in* Dionysios, 25: 177).

Objetivos para uma missão

O esforço de ‘despojar’ o trabalho do ator da histrionice da velha escola, de programa geracional inspirado na batalha de Silvio d’Amico contra a degeneração (não raro por excesso de técnica) de uma arte cada vez mais pessoal que desvaira em invenções colorísticas, distraíndo-se do texto, torna-se para Celi, com os anos, uma cruzada contra a improvisação: aquele *jeitinho* do ator nacional, que o diretor rejeita com obstinação, a ponto de escalar “o horror ao improvisto” como móbil principal de sua dedicação à causa teatral brasileira. Mostrar as vantagens e “os resultados de um esforço artístico organizado”, como declarará em 55 para inauguração de sua companhia com Tônia Carrero e Paulo Autran no Rio de Janeiro (*in* Almeida, 1987: 34); atingir o equilíbrio entre impulso criativo e cálculo (comunicativo-comercial), isto é, conquistar um saber especializado que, no entanto, ‘funcione’, garantindo a bilheteria; surpreender a pseudocultura erudita com uma cultura viva, agradável, emocionante, sem, contudo, dobrar-se à exploração dos mercados ou à traição do autor... Esses são os objetivos da missão profissional-moral de Celi que, como diretor e diretor artístico das duas companhias em que trabalha no Brasil, se faz promotor de critérios disciplinares (respeito aos horários, equiparação dos atores, ecletismo na distribuição do repertório/papéis entre os diversos diretores e intérpretes) e garantia de valores estéticos (máxima perfeição formal,

centralidade do texto, máxima comunicação com a platéia). A intimidade coesa, de *clan* ou de grande família, que, do TBC-Vera Cruz, Celi transferirá ao CTCA, é garantia da manutenção de uma mentalidade em direta ascendência nas companhias de *capocomico*, segundo a qual o ator não entra em cena para defender seu papel, mas o espetáculo todo” (Tônia Carrero, *in* Lopes & Saadi:1980). Nunca deixando de exaltar a ‘defesa’ do texto (de sua poesia, vitalidade e verdade universais) como principal responsabilidade do ator moderno, Celi ao longo dos anos reitera sua idiosincrasia às degenerações do ofício, principalmente àquele ‘vício perpétuo’ de comentar-se, próprio à ‘maneira’ brasileira, que exclui o público do processo de identificação e impede-o de ‘acreditar’ na verdade fictícia do personagem.¹⁹

Carismático e diplomático na economia de suas amizades, Celi desde sua chegada capitaliza prestígio de *leader* aos olhos de colaboradores e patrocinadores, entre os quais o próprio Zampari, que amava desafiá-lo no *bridge*, raramente opinava acerca de suas propostas de repertório e que por ele, em 1950, se deixa convencer a investir parte ingente de seu patrimônio na produção de cinema – em virtude, dizem, de uma divertida história de roubo de pérolas entre *madames*, filmada por Celi e Calvo em Super8 num dos badalados *parties* oferecidos por Zampari aos domingos em sua mansão. Surge a Vera Cruz, a babélica Hollywood paulista que, após meros quatro anos e 16 longametragens, sucumbirá a suas mastodônticas dimensões. Com distribuição insuficiente num mercado prometedo porém imaturo, Zampari e sócios bancam por três anos gastos exorbitantes de material e maquinários importados, e uma folha de pagamento contando com 80 técnicos estrangeiros, igualmente ‘importados’ pelo diretor-geral Alberto Cavalcanti. Celi faz a tempo dois filmes (o citado *Caiçara* e *Tico-tico no fubá*, biografia musicada de Zequinha de Abreu). Ambos com histórico polêmico, marcado por orçamento estourado e lançamento ambicioso, se por um lado garantem seu imediato êxito comercial, por outro envolvem o diretor

19. Celi, ‘Estilo do ator nacional’, conferência comentada por Henrique Oscar, *Diário das Notícias*, 29 e 30/12/1955.

no furacão que segue a falência da empreitada. Para piorar o teor da polêmica, impondo-se então pela direita e pela esquerda, políticas protecionistas voltadas ao imperativo do desenvolvimento nacional, concentram-se contra o vistoso *lobby* italiano, que chega a ser acusado de arrivismo e de incompetência.²⁰ Em plena onda de sucesso, começa para Celi uma fase de justificações e auto-crítica.

Percebendo a hegemonia italiana na *renovação* como movimento espontâneo, surgido a partir do sucesso de seus primeiros espetáculos em São Paulo, na origem da formação do grupo, Celi atribui o triunfo ao êxito comunicativo de sua ‘vitalidade latina’ (que julga compatível com sensibilidade cultural do país) e arroga-se a primazia dos resultados formais (para o que, acredita, contribuem saberes cenotécnicos e poéticos, inéditos no Brasil). De fato, a eventual ação protecionista do vínculo entre compatriotas, se houve numa primeira fase, pareceu limitada a viabilizar uma acolhida familiar aos recém-chegados e facilitar o surgimento de parcerias, não implicando a renúncia ao intuito crítico sugerido pela ‘modernidade’ biográfica dos italianos. Ao contrário, na dinâmica do longo período inescada pelo processo de integração individual, em que incidem as mais diversas conjunturas, eles acabam por emancipar seus destinos em função de opções pessoais estéticas e políticas – opções que justificam, por exemplo, as repentinas demissões de Jacobbi do TBC, em 52; a saída de Ratto em 54, para seguir brilhante carreira ‘à parte’, com o Teatro dos Sete; enfim, a que é percebida como ‘defecção’ de Celi, com Paulo Autran e Tônia Carrero, para fundar no Rio de Janeiro a Cia. Tônia-Celi-Autran (CTCA). O dissídio, ocultado ao público pelo positivo auspício, por parte do diretor de saída, de que “quanto mais companhias, melhor para o teatro brasileiro”,²¹ aponta para uma crescente interferência de Zampari na orientação

20. Vejam as dúvidas do cronista Silvyano Cavalcanti: “No meio de tanta gente *lavorando*, será que alguém sabe o que está fazendo?” in Galvão, 1981: 336. A polêmica, embora posteriormente compensada por Celi (que, em *Álibi*, admite irresponsabilidade ao assumir, quase inexperiente, a direção dos filmes), menosprezava a presença em São Paulo de Dino Risi e o ótimo trabalho de Fabio Carpi (roteirista) com Salce (diretor) naquele que talvez seja o melhor filme da Vera Cruz, *Nas sendas do crime* (1953).

21. Celi, *O Estado de São Paulo*, 31/8/1955.

de repertório, especialmente no que diz respeito a seu veto a Shakespeare. Como se percebe pelas entrevistas,²² montar Shakespeare, que Zampari julgava uma ousadia cara demais, constituía, entretanto, o maior sonho de Celi, que em nome do bardo renunciaria a sua terceira direção cinematográfica.²³ O *Otelo* que estréia no Rio a nova Cia. Tônia-Celi-Autran, afinal um triunfo com suas 280 réplicas, é acompanhado no programa por uma introdução de Celi, preocupada não com a indiscutível vitalidade do texto (louvado, aliás, como um “feliz conúbio entre imanência existencial e uma perfeita forma lírica”), mas, sim, com a ausente tradição de intérpretes shakespeareanos no Brasil – que torna aquela uma estréia absoluta, um salto sem rede.²⁴

Álibi para um adeus

O intuito de impostar o repertório da nova Cia. Tônia-Celi-Autran no eixo principal dos clássicos universais – a Shakespeare seguem, no programa, Goldoni, Sartre e Pirandello – é movido pela missão de recolher a herança dos grandes atores de tradição européia (“olhar para trás, olhar para trás: montar o repertório de Salvini, de Sarah Bernhardt”²⁵). Por outro lado, o estímulo à formação de diretores e autores nacionais atende ao imperativo (ditado por presença sociocultural contemporânea e adquirido no programa da nova companhia, redigido por Celi) de focalizar temáticas representativas da ‘realidade da nação’. No entanto, propondo sua solução para a crise de público, Celi faz questão de indicar como indispensável ao teatro não a *mensagem*, mas, sim, o *valor estético do espetáculo* – sua capacidade de “transmitir emoções em larga escala” por meio

22. Em 1954, ao jornalista C.M. de Araújo, Celi confessa ser sua máxima aspiração a direção de *Ricardo III*; de modo que, deparando com o fantasma de Molière, reagiria – *Mais um francês? Então tá...*

23. Segundo relata Alberto Cavalcanti, diretor artístico da Vera Cruz, em 1951 Celi recusa-se a dirigir *Escravo da noite* (a biografia de Noel Rosa órfã de diretor depois das demissões de Jacobbi) antes de ter montado *Noite de reis* no TBC.

24. A questão é reproposta por Celi no *Correio da Manhã*, 6/5/1956, /Teatro/, Sessenta dias de Shakespeare.

25. Tônia Carrero, in Lopes & Saadi.

do aparelho expressivo que é o ator em cena. Esse, assim como um craque de futebol exaltando sua torcida, deve assumir sua missão de instrumento de emoções: “deve saber doar ao texto uma quarta dimensão, deve revelá-lo em seu substrato humano, deve fazê-lo chegar ao público intensa e emotivamente, deve fazer com que o conflito de um personagem seja o conflito do público” (in Almeida, 1987: 32). Assim, a asserção paradigmática da soberania do texto – qualquer que seja sua mensagem – é reafirmada por Celi, enquanto suaviza a asserção do exercício monopolista da direção (palavra, por sinal, prudentemente substituída por ‘encenação’), sendo declarada, ao contrário, a intenção de “conscientizar” os atores e de formar novos ‘encenadores’. Emancipar o teatro brasileiro dos mestres estrangeiros torna-se (paradoxalmente) missão de Celi nessa fase, que o vê mais ‘brasileiro’ desde a seleção do repertório (com quatro textos nacionais, porque “esse é o caminho e vocês abram os olhos”, cita-o Tônia) até a adoção da vocação mambembeira que o faz viajar ao longo de duas temporadas no interior do país para devolver a arte à realidade, à humanidade simples, ao público virgem.²⁶ Neste contexto descentrado reafirma sua fé na dramaturgia como mundo das essências imutáveis e das emoções universais, comunicáveis na confluência das latitudes em que a humanidade comunga seus dramas além das fronteiras (assim, Pirandello interessa a qualquer província, Checov, a qualquer sociedade rural). A missão do diretor, ainda, é a de negar-se à imitação superficial da realidade, em busca do que é mais profundamente humano – “esquecer num primeiro momento a nacionalidade da peça e estudar as condições, os defeitos e as virtudes dos homens em determinada condição social. Uma

26. De ‘missão’ fala Celi na cena de *Álibi*, em que, enquanto representa para o humilde povo de uma aldeia mineira o papel do pai em *Seis personagens, recebe telegrama* de Gassmann anunciando o boom na Itália: “*Aqui todo mundo tem mansões, carros de luxo, mulheres. Imbecil, o que você está fazendo aí? Volte antes que seja tarde demais.* Me surpreendo com a carta na mão [...] Observo o público: gente simples, que veio à praça ver Pirandello do mesmo jeito que assiste à banda passar. Crianças, velhos, jovens, mulheres e mendigos me olham com atenção e espanto. Um grande orgulho me invade [...] sinto que estou cumprindo uma missão. Que essas pessoas precisam de mim, neste momento. Amasso a carta de Vittorio e a jogo fora”.

vez conseguida essa sinceridade universal, nos ocorre de recorrer à observação cotidiana, ao estudo mais histórico, adaptando algumas especialidades exclusivamente brasileiras. Ao nosso ver, poder prescindir da nacionalidade na interpretação de uma peça é conferir a ela o maior elogio possível: é ter encontrado nela algo que poderia passar aos confins, algo que, além de ser representativo de certa sociedade do Rio ou de São Paulo, é um grito de revolta compreensível em qualquer país.”²⁷ No entanto, o íntimo descompromisso de Celi com o assunto da ‘brasilidade’, traduzindo-se em expressões de tédio diante da crescente coação à adaptação local dos textos,²⁸ contribui no final da década de 1950 para desarticular seu discurso teórico da prática imposta pela eficiência teatral; e provoca, nessa etapa da história brasileira, marcada por reivindicações sociais, o irreversível esvaziamento de suas relações com a geração emergente. Essa, cuja tarefa conjuntural será a de tachar os diretores italianos de formalismo²⁹ e de incapacidade, por serem estrangeiros, de ‘entender o Brasil’, é a geração retratada por Celi no grupo de jovens cineastas (em *Álibi*) que, concordes e apostando na “força nova” do país, lembram-lhe, “talvez com carinho” que está ali “somente de passagem”.³⁰

Em clima de finalização, por um lado Celi acerta os ponteiros de seu idealismo programático e, revelando sinais de cansaço, remonta com o CTCA seus mais memoráveis espetáculos no TBC (*Entre quatro paredes*, 1956; *Seis personagens*, 1959), evitando o debate contemporâneo, ao passo que obedece à pressão na bilheteria. Por outro lado, parece buscar um *álibi* no parcial falimento de sua missão, desistindo aos poucos do programa inicial da companhia e, ao mesmo tempo, afirmando com veia polêmica seu papel de

27. Programa de *Santa Marta Fabril S/A*, 1955, TBC-SP.

28. Já na Itália, montando Pinter, reagirá aos atores que pretendem “trazer o texto a si”, pois “adaptar é uma forma possível, porém não a minha” – explica ao jornalista que o entrevista para o *Jornal do Brasil*, cad. B, 19/6/1978

29. “Celi me fazia descobrir as qualidades dramáticas de um texto estrangeiro [...] mas não buscava o sentido brasileiro do teatro”, lembra, para todos os que nos anos 60 partilharam dessa opinião, Claudio Correa e Castro (entrevistado por Lopes, 8.6.81).

30. Entre eles, representando a si mesmos, Vianninha e Cecil Thiré.

‘antagonista’ – enquanto estrangeiro e mais velho – à produção politizada e nacionalista dos jovens.³¹ Sintoma da decepção talvez seja a virada pessimista que afunda a realização afirmativa do artista (a criação) numa “eterna e indestrutível ilusão”: nessa fase Celi, em vez de buscar no teatro um espaço e o tom para a “discussão pública” (como no Pirandello de 51), encontra nele “o único consolo de poder [...] transmitir o caos à posteridade” (como no mesmo Pirandello, remontado em 59³²). Compreensível, a ‘raiva’ (como a evoca em *Álibi*) de renovador que resiste a um destino de acomodado lhe suscita considerações por demais amargas, movidas pela depressiva sensação de estar no fim da linha de sua aventura americana – considerações que, embora não fazendo jus ao extraordinário percurso brasileiro de Celi, justificam a partida pelo esgotamento da missão: “Passada a curiosidade intelectual das elites, o público está de mãos vazias, porque tal repertório internacional não correspondia às condições brasileiras e deixou de interessar-se por não sentir nesse repertório uma identificação mais profunda, capaz de lhe manter um interesse permanente.”³³

O confuso sentimento de impotência e exclusão arrisca cortar o prazer da aventura americana – de ter vivido, amado e sofrido por anos imprevisivelmente longos, tendo amadurecido naquele país “quente e hospitaleiro, desde o primeiro dia” (evoca em *Álibi*). Azul e ensolarada, com seus cartões postais explorados pela câmera ao ritmo frenético dos atabaques e sua proverbial exuberância floral e humana, é a vista do Rio de Janeiro que, pelo olhar deste homem entre dois mundos, resume o sabor festivo do país e justifica, em *Álibi*, a longa paixão por uma terra “eternamente jovem” em que ele, estrangeiro, começa a sentir-se velho. A experiência revela-se esgotada, especialmente em razão da eterna juventude deste Brasil impávido e incapaz de memória, “cuja força consiste no fato de que

31. “Sempre desconfiei das temáticas imediatas nas obras dramáticas. Considero passageiro o entusiasmo para certas formas de drama-documento, pois o lance polêmico mostra o vício de uma extrema contingência [...] sem bases morais nem existenciais”, no programa do CTCA, cit., in Almeida, 1987: 32.

32. Celi, programa de *Seis personagens*, CTCA-RJ, Teatro Mesbla, 1959

33. Celi, entrevista com Leo Victor, julho de 1961, *Jornal do Brasil*, in Almeida, 1987: 76

muitos morrem jovens”. Assim, mais forte do que a *saudade* da terra exótica, o desejo de coerência desemboca para Celi em carência de pertencimento e em saudade de sua geração: “Faz tempo que não escrevo” em *Álibi* imagina responder a Vittorio Gassmann, anunciando seu regresso à Itália “Não sei mais nada de vocês. Há anos vocês me escreviam que deveria voltar. Nunca respondi. Aqui as coisas mudaram. Me sinto vazio. Dei tudo o que tinha que dar e tive que fazer tudo sozinho. Foi muito cansativo. Não agüento mais. Sinto que estou afundando. Sou preguiçoso, não leio mais. Faço coisas medíocres para sobreviver. Me sobrou apenas uma certa vitalidade animal, quase corrupta... tenho medo. Vejo os filmes de vocês e me parecem extraordinárias as suas vitalidade e franqueza, sua coragem. Creio na sua coerência. Quero voltar a ser como vocês...”

Bibliografia

- ALMEIDA, Ines Barroso. *Panorama visto do Rio*: Cia. Tônia-Celi-Autran. Rio de Janeiro: MinC, Inacen, 1987.
- CATÁLOGO da Mostra ‘Vera Cruz’. Centro Cultural Banco do Brasil, Rio de Janeiro, 14.2 a 2.3.1997.
- DEPOIMENTOS nn. I, II, III, IV, V, VI. Rio de Janeiro, MEC-DAC. Serviço Nacional de Teatro.
- DIONYSOS. Revista de teatro. nn. 1, 22, 24, 25, 26. Rio de Janeiro: MinC – Fundacen.
- FERNANDES, Nancy e VARGAS, Maria Theresa. *Uma atriz: Cacilda Becker*. São Paulo: Perspectiva, 1983.
- GALVÃO, Maria Rita. *Burguesia e cinema*. O caso Vera Cruz. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1981.
- GAMBETTI, Giacomo. *Vittorio Gassman*. Bologna: Cappelli, 1962.
- GUZIK, Alberto. *Autran, um homem no palco*. São Paulo: Boitempo, 1998.
- . *TBC: crônica de um sonho*, 1948-1964. São Paulo: Perspectiva, 1986.

- LEITE LOPES, Angela e SAADI, Fátima. 'A influência dos diretores estrangeiros no teatro brasileiro', 1980-81.
- LERNER, Júlio e outros. *A aventura do teatro paulista*. Programa da TV Cultura, Canal 2, set-ott. 1981
- MELDOLESI, Claudio. *Fondamenti del teatro italiano*. La generazione dei registi. Firenze: Sansoni, 1984.
- RABETTI, Maria de Lourdes Giannella (Beti Rabetti). Contribuição para o estudo do 'moderno' teatro brasileiro: a presença italiana. São Paulo, 1989. Tese de Doutoramento em Ciências Humanas - USP.
- VANNUCCI, Alessandra. Ruggero Jacobbi ou da transição necessária. Estratégias da modernização teatral no Brasil entre tradição cômica e mercado cultural (década de 1950). Rio de Janeiro, 2000. Tese de Mestrado em Teatro - UniRio.

Autoimagen marginal:
uma manifestação semiótica da
representatividade feminina

LUCIANA BERLEZE

Universidade Tuiuti do Paraná/UTP - *mestranda*

Resumo

A proposta deste artigo é analisar as manifestações semióticas que se operam na construção de efeito de sentido nas fotografias do livro *Autoimagem Marginal*, de Evelyn Ruman, a fim de perceber como essas fotografias podem ser um instrumento de mediação simbólica da representação da identidade feminina, num ambiente de enclausuramento e de insanidade.

Palavras-chave

autoimagem, fotografia, construção, espelho, feminino, clausura, insanidade

Abstract

This article proposal is to analyze the semiotic manifestations that operate on the construction of sense effect in the photographs of the book *Autoimagem Marginal*, from Evelyn Ruman, in order to perceive how these photographs can be an instrument of symbolic mediation of feminine identity representation in an environment of enclosure and of insanity.

Key words

self-image, photography, construction, mirrors, feminine, enclosure, insanity

A proposta deste artigo é analisar as manifestações semióticas que se operam na construção de efeito de sentido nas fotografias do livro *Autoimagen Marginal*, de Evelyn Ruman (1998). Em princípio a análise será direcionada tomando como base a questão da segunda realidade da fotografia, a do assunto representado, de que trata Boris Kossoy (2000). A fotografia, diferente daquilo que está sendo registrado, tem uma realidade própria, construída, e faz uma transposição de dimensões, da realidade visual do assunto selecionado no contexto da vida para o da representação.

Desse modo, a realidade da fotografia não corresponde necessariamente à verdade histórica, mas é construída para dar um efeito de sentido de realidade. É dentro deste parâmetro que analisamos as imagens não como realidade do mundo natural, mas como construção de uma realidade inerente à enunciação proposta.

Verificando as fotografias do livro de Evelyn Ruman, percebemos que o trabalho realizado vai além do ato de fotografar. Das 36 fotografias editadas, treze apresentam-se sem interferência alguma, enquanto dois terços delas sofreram intervenções através da pintura posterior do papel fotográfico. Estas intervenções parecem feitas com diferentes materiais, como tinta guache e caneta hidrocor, e foram elaboradas pelas próprias fotografadas.

Para a análise do material proposto, deve-se levar em conta que as fotografadas, todas mulheres e reclusas de um instituto psiquiátrico ou de um centro de recuperação social, escolheram, dentre várias imagens, aquelas em que melhor se percebiam representadas para a posterior interferência. Este dado amplia a visão analítica deste artigo porque oferece um primeiro pressuposto inerente à linguagem fotográfica que é a sua questão especular, o simulacro do que vemos e, neste caso, de como nos vemos espelhados pelo olhar

do outro. E a posterior interferência estabelece parâmetros de como as fotografadas gostariam de se ver reproduzidas. Trata-se, portanto, da fotografia enquanto representatividade nas suas duas faces, o simulacro de como estas mulheres acreditam que sejam e de como desejariam parecer para o outro.

A enunciação desse texto visual estabelece, então, uma mediação simbólica da representação feminina com relação à cultura e aos estereótipos femininos agregados por esta mesma cultura.

E é dentro deste parâmetro que a análise do texto se pauta, a fim de buscar quais ferramentas semióticas foram utilizadas para a construção de efeito de sentido que manifeste esta mediação pretendida.

Utilizando como fundamentação teórica o projeto semiótico greimasiano, procuramos trilhar o percurso gerativo de sentido do texto visual como um todo, examinando apenas algumas fotografias isoladas com a intenção de exemplificar melhor as idéias abordadas neste trabalho.

Percurso gerativo de sentido

Autoimagem marginal é um texto visual figurativo cujo nível temático aborda a questão da feminilidade vivida parcialmente por uma situação de detenção, sustentada por fatores psicológicos ou de readaptação social. Deste modo, a identidade feminina vista como liberdade é trabalhada no texto como sendo eufórica e a privação desta identidade vista como opressão é disfórica.

Esta oposição euforia vs. disforia é trabalhada em diferentes aspectos. A opressão manifesta-se num primeiro momento pela condição de dominação da fotógrafa em relação à fotografada. O fotógrafo, o *operator* para Barthes (1984), detém o poder de escolha do momento a ser registrado, do ângulo, da técnica, incluindo a câmera, lentes, filme, entre outros, que determinam a maneira em que o sujeito olhado será percebido. É a caracterização do fotógrafo-caçador em relação ao fotografado-caça.

Mas, diferente do provável, neste jogo de relações pessoais que compreende este tipo de fotografia, a seleção do que será mostrado não é do sujeito que olha. A liberdade manifesta-se, então,

pela possibilidade de escolha da fotografada em relação à imagem na qual se percebe melhor representada e pela possibilidade de interferência posterior a que a fotografia está sujeita através da pintura, inclusive pelo uso da cor e material empregados.

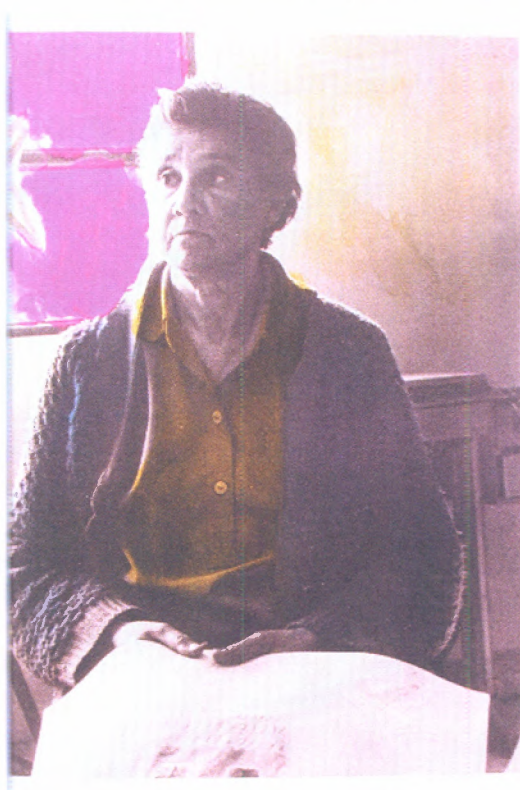
Outra aspectualização da opressão como traço disfórico é a delimitação do espaço na fotografia como referência à condição de enclausuramento a que está submetida a fotografada. O espaço que surge é sempre um simulacro de imposição de limites, um muro, grade ou parede que serve de fundo para a composição da imagem, ainda que a fotografia se sirva da luz natural e tenha sido produzida num local externo.

O espaço figurativiza-se, então, como elemento de opressão, espaço fechado, demarcado, remetendo à lembrança de que o sujeito fotografado vive num ambiente de confinamento. Em algumas interferências esse elemento apresenta-se como recorrência, visto que para a pintura do espaço se aplicou cor escura, sombria ou exageradamente forte, como na fotografia 1.



Em outros desenhos, o espaço, como elemento disfórico, metamorfoseou-se em elemento eufórico, ou como um desejo de que assim o fosse, com o uso de cores claras e suaves, como azul, rosa ou amarelo, principalmente compartilhadas por garotas adolescentes, do centro de reabilitação. Neste caso, percebe-se um anseio pela liberdade ou uma revalorização pela liberdade perdida.

A exceção desta série é a fotografia 2 na qual aparece, em condição única, uma janela. Este tipo de elemento espacial, além de eufórico em relação às demais, pois abre uma possibilidade aberta de campo de visão, foi pintado de cor rosa, vibrante, o oposto dos elementos internos, todos em tom pastel, apagado, triste, incluindo a própria fotografada. A cor rosa na janela oferece uma ilusão de que o mundo fora do limite do local em que a personagem se encontra é mais colorido ou mais intenso do que a realidade vivida ali.



Debreagem enunciva

A enunciação utiliza o recurso de debreagem enunciva, cuja narrativa temporal se apresenta em cronologia inversa, visto que começa com as fotografias das mulheres mais idosas e vai deslocando-se no decorrer do livro para as mais jovens.

A primeira série de imagens faz parte do processo terminativo, pois traz pessoas de mais idade como personagens. Nelas vemos expressões de passividade, de ilusão e de agressividade, pintura com cor forte, falta de coordenação motora - a estereotipia da loucura.

Na série intermediária poderíamos dizer que o processo correspondente seria o inaptivo, pois, apesar da fotografada não ser mais criança, as imagens são de adolescentes, e passam uma sensação de ingenuidade, espontaneidade, alegria, típicas de crianças. Idade do mundo encantado, do “tudo azul”, talvez seja por isso que foi tão utilizada esta cor nas interferências desta etapa do livro.

E a série final seria uma ponte entre o processo terminativo e inaptivo, a época da descoberta da mulher, quando a ingenuidade vai ficando para trás e há uma busca pela sexualidade, pela sensualidade e pelo desejo. O uso mais recorrente de interferência foi a pintura no rosto como se fosse uma maquiagem, ou seja, a forma estereotipada da vaidade feminina.

Com as interferências na maioria das fotografias, o foco narrativo pode variar, já que se pode mudar o ponto de vista ou alterar o campo do olhar. Cria-se uma segunda debreagem, ressaltada pelo modo como as imagens foram registradas (pelas escolhas técnicas, principalmente quanto à lente utilizada), o que produz um efeito de sentido de narração em primeira pessoa, uma focalização parcial interna, pois o ponto de vista de fora para dentro da imagem é como se o espectador participasse da ação.

Isto fica mais evidente com relação à moldura da imagem. A fotografia, por uma determinação técnica, é um emolduramento de uma cena, recorta uma realidade, delimitando um espaço. Algumas intervenções feitas pelas fotografadas re-delimitam esta imagem, desenhando uma nova moldura para a cena. As molduras aparecem desenhadas em cores diferentes das utilizadas no seu interior, o que

reforça o campo visual interno, conferindo maior importância ao que se passa dentro do quadro. Na fotografia 3, o espaço da significação ganha uma força diferente, porque o desenho da moldura é a única interferência sofrida pela imagem, como se o enunciador-enunciatário dissesse: "Eu sou a fotografia".



Em outras imagens, a moldura, desenhada, apresenta-se deslocada de sua função primeira, que seria a delimitação do campo visual geral da cena, e aparece interna aos limites da fotografia. Nesse caso, a moldura serve de espaço interno ao mesmo tempo, pois foi desenhada e pintada, deixando apenas o rosto como objeto da enunciação. Aqui, o mesmo efeito de sentido do eu-sujeito da fotografia aparece mediante uma forma expressiva diferente.

Polissemia – as vozes no texto

Este texto apresenta o recurso da diversidade de olhares bem demarcado, trabalhado de três maneiras: o olhar de fora para dentro, o olhar de dentro para fora e o olhar de dentro para dentro.

O *olhar de fora para dentro* é demarcado pelo olhar da fotógrafa, quando delimitou o campo do olhar pelo visor da câmera fotográfica, e pelo da fotografada quando entrevistou com o desenho de uma nova moldura, re-delimitando o campo de significação da imagem.

O *olhar de dentro para fora* é percebido quando a fotografada direciona o seu olhar para câmera, criando uma ilusão de que está olhando diretamente para o destinatário da imagem.

E o *olhar de dentro para dentro* é delimitado quando a fotografada dirige seu olhar para dentro do espaço de significação, olhando além das margens da fotografia, para o que ficou de fora do campo de visão do espectador, mas que ainda assim faz parte do campo do olhar do enunciatário.

Esse jogo de olhares possibilita várias leituras, incrementadas pelo fator da interferência possível nestas imagens. Assim, a delimitação da foto em forma de moldura possibilita a leitura: “Eu sou o quadro”; a pintura do fundo: “Eu sou o humano”; e a demarcação do rosto feminino pela maquiagem: “Eu sou a mulher”.

A polissemia é trabalhada aqui, não só na linguagem fotográfica, mas também na edição das imagens e na intervenção posterior trazendo consigo o discurso da loucura, da inocência, da vaidade, da sedução. Estes diferentes discursos aparecem sob forma de óculos sociais com os quais estamos acostumados a ver o mundo.

Assim, a estereotipia da loucura permite que se estabeleça uma imagem como fruto de um indivíduo que está internado por problemas psiquiátricos, porque a maneira como este mesmo indivíduo interferiu na fotografia, pintando o seu rosto de maneira pouco estética, (como observamos nas fotografias 1, 4 e 5 de pacientes do Instituto Psiquiátrico José Barack) não é o que reconhecemos como uma “maquiagem” dentro dos padrões convencionais. A “maquiagem” nestas fotografias é utilizada como uma caricatura, um exagero de uma particularidade real. Esta tentativa de ficar boni-

ta de forma caricata é uma leitura inversa da cultura do *glamour*, da moda, da beleza feminina como a conhecemos.



O mesmo acontece nas fotografias em que aparecem intervenções mais agressivas, com cores muito fortes e com pouco apelo estético. O interessante aqui é que este mesmo signo – a interferência posterior em uma fotografia, principalmente no rosto, de modo não convencional - utilizado em outro contexto, motivou um significado completamente diferente. Neste caso, a enunciação era em um catálogo de moda e o estereótipo da loucura foi conotado como algo “fashion”, “glamouroso”, pelos espectadores desse discurso. A leitura foi feita, neste exemplo, pelo dialogismo, pela negação do discurso da cultura de moda convencional.

A vaidade e a sedução, como forma de expressão, aparecem nas imagens (mais de um terço das fotografias editadas!) de maneiras diferentes. Nas primeiras imagens, a vaidade aparece apenas quando houve a intervenção posterior à captação fotográfica, o que demonstra um simulacro de como gostariam de se ver representadas perante o olhar do outro. Na maioria delas, o exagero e a aparente falta de coordenação motora ao elaborar esta “maquiagem” remetem à questão da loucura tratada acima, e adquirem um valor pejorativo.

Nas outras fotografias, a vaidade e a sedução manifestam-se pela estereotipia da imagem feminina; o olhar de algumas delas e a pintura do rosto relacionam-se com a maquiagem da mulher: o batom na boca, olhos delineados, o rímel nos cílios e pintas que trazem à memória o estereótipo da mulher sensual, Marilyn Monroe, ou mais recentemente a top-model Cindy Crawford.

A descrição e a narratividade

Individualmente, as fotos podem ser consideradas um texto visual descritivo por serem retratos, nos quais o fato é registrado simultaneamente ao acontecer. Porém, ao analisarmos a obra completa, fotografia e pintura, verifica-se que há uma simulação de simultaneidade, já que as interferências foram feitas posteriormente pelas fotografadas. Podemos dizer, então, que estas fotos são um texto descritivo que contém uma transformação - o antes e o depois da pintura - típica de textos que contém narratividade. A pintura seria o componente narrativo deste texto, transformando, em alguns casos, o estado de alma da personagem.

Na foto original, o estado de alma da personagem é demarcado principalmente pela expressão facial da fotografada, e, com a interferência da pintura, em alguns casos há uma transformação, uma confirmação, ou um exagero deste estado de alma.

Tomando como exemplo a fotografia 6, observa-se que a pintura posterior da imagem transforma a expressão facial da fotografada, pois o uso de uma cor forte, um rosa intenso, tanto na moldura como na simulação de um batom, traz agressividade, principalmente ao rosto da personagem. O fato da pintura não corresponder ao que se convencionou chamar de padrão normal reforça esse aspecto, pois a tanta rosa, além de borrada, forma gotas ao redor da boca da fotografada nos dando a impressão de sangue – o gosto de sangue na boca construindo um efeito de sentido de agressividade.



Na fotografia 1, a agressividade aparente do olhar da fotografada, com as sobrancelhas arqueadas, é exagerada pelas cores e pela forma empregada na pintura. Cores fortes em todo o espaço ao redor da personagem, o rosto borrado em rosa vibrante, sem nenhuma preocupação estética, levam o olhar do espectador a um campo de visão que é produto apenas da fotografia, sem interferência alguma – os olhos da fotografada.

A construção de um estado de alma que busca a sedução é confirmada pela interferência produzida pela pintura na fotografia 7. A garota fotografada posiciona-se quase de perfil, uma mecha do cabelo projeta-se sobre um dos olhos produzindo um olhar em diagonal, um pouco mistério e um pouco desejo. A pintura posterior confirma esse efeito de ilusão de sensualidade porque a maquiagem elaborada utiliza um batom de cor forte, bem demarcado, os olhos foram delineados e o desenho de duas pintas no rosto remete à pinta famosa da top-model Cindy Crawford: um pouco acima da boca, no lado esquerdo.



Conclusão

A análise do texto *Autoimagen marginal*¹, produzido em co-autoria fotógrafa e fotografada, retoma em cada aspecto explorado neste artigo a questão da busca da identidade feminina e da forma em que esta identidade se manifesta em mulheres que se encontram privadas da liberdade plena de expressão, seja por problemas

1. O livro *Autoimagen marginal* foi elaborado junto às pacientes do Instituto Psiquiátrico José Barack e junto às reclusas do Centro de Niñas del Servicio Nacional del Menor e no Centro de Niñas Menores en Riesgo Social, todos em Santiago, no Chile, durante o período de 1993 a 1997.

psiquiátricos – a questão da loucura – seja por problemas de recuperação social – a questão da subversão social.

O fato de que estas mulheres não têm acesso a espelhos nestes locais em que se encontram enclausuradas reforça a característica especular da fotografia. A imagem fotográfica, enquanto processo físico e químico que se submete a um potencial representativo, surge, então, como o próprio espelho, a fotografia-espelho, o ponto de encontro da identidade esquecida das mulheres fotografadas.

E a possibilidade de escolha da fotografia a ser editada e a posterior interferência pela própria fotografada permitem a exteriorização de imagens mentais que essa mulher tem de si mesma, confirmam-se como expressão-enunciação, como tradução de uma representatividade ignorada, como recuperação da feminilidade perdida.

Bibliografia

- BAKHTIN, M. 1997 *Marxismo e filosofia da linguagem*. 8ª ed. Traduzido por Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 1997.
- BARROS, D. L. P.de. 1997 *Teoria semiótica do texto*. 3ª ed.. São Paulo: Ática, 1997.
- BARTHES, R. 1984 *A Câmara Clara: nota sobre a fotografia*. 7ª impressão. Traduzido por Júlio Castañon Guimarães. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- DUBOIS, Ph. 1994 *O ato fotográfico e outros ensaios*. Campinas: Papirus..
- FIORIN, J.L. 1999 *As astúcias da enunciação*. 2ª ed.. São Paulo: Ática.
- _____. 1989. *Elementos de análise do discurso*. 8ª ed.. São Paulo: Contexto/Edusp (Col. Repensando a Língua Portuguesa).
- FIORIN, J.L.e PLATÃO, F.S. 2000. *Lições de Texto – leitura e redação*. 4ª ed.. São Paulo: Ática.
- KOSSOY, B. 2000. *Realidades e ficções na trama fotográfica*. 2ª ed.. São Paulo: Ateliê.
- RUMAN, E. 1998. *Autoimagen marginal*. 1ª ed.. Santiago: LOM Ediciones.

Exposolidária 2002: a construção de sentido na publicidade

DANIELE PEREIRA DA SILVA

Universidade Tuiuti do Paraná/UTP - *mestranda*

Resumo

Este ensaio faz a análise da construção de sentido em um anúncio publicitário, empregando a semiótica como instrumento para o estudo da linguagem persuasiva utilizada na publicidade. Para tanto, recorreu-se à divisão entre o plano da expressão e o plano do conteúdo, este abordado em três níveis: fundamental, narrativo e discursivo. Assim, comprovou-se o uso do jogo manipulatório, o qual evidencia o contrato estabelecido entre emissor e receptor acentuando a competência do destinador, em *fazer-fazer* e também a competência do destinatário, em *dever-fazer* – levando-o à ação

Palavras-chave

comunicação, publicidade, semiótica, social

Abstract

This essay analyses the construction of the meaning in one advertisement, based on the greimasian semiotic theory like an instrument to study persuasive language used in publicity. In order to reach this objective, the analyses was divided into parts: expression and content. The approach in this second part causes a division into three levels: basic (fundamental), narrative and discursive. Thus, it was evident the manipulative play, which shows the veridical contract established between emitter and receptor reinforcing the competence of the destinator, *to be able to* and the competence of the receiver, *have to do* – taking him to action.

Key words

communication, advertising, semiotic, social

Atualmente, o terceiro setor da sociedade representado pelas Organizações Não-Governamentais (ONG)¹ é um dos que mais cresce. Observa-se o surgimento de milhares de fundações, institutos e entidades assistenciais, todos com os mesmos objetivos declarados: auxiliar, contribuir, ser solidário.

Grandes empresas investem no social adotando uma entidade ou montando projetos de ação e assumindo uma causa a ser trabalhada. Este conceito de cidadania cresce e se espalha em toda a sociedade. Segundo pesquisa realizada pela ADVB (Associação de Dirigentes de Vendas do Brasil) com 810 empresas de médio e grande portes “investimentos na área social foram de R\$131,7 milhões em 99 e 79% das empresas responderam que pretendem ampliar seus projetos para o próximo ano.” As pessoas são chamadas a colaborar de alguma maneira: surgem os voluntários, pessoas dispostas a oferecer uma parcela do seu tempo ou a sua mão-de-obra na esperança de um mundo melhor. O ano de 2001 foi definido pela ONU – Organização das Nações Unidas como o “Ano Internacional do Voluntariado” e com esta delimitação e tantas outras que vêm acontecendo fica evidente a importância deste tipo de ação.

As organizações do chamado terceiro setor buscam ajuda de várias maneiras e atualmente começaram a se estabelecer como marca. Com a entrada do *marketing* social² em ação apresenta-se uma melhoria na eficiência de vários projetos, o que leva a propaganda a começar a ser fortemente utilizada como ferramenta que

1. Sociedade civil organizada.

2. Segundo o *Social Marketing Institute* (2001), *marketing* social é “o planejamento e a implementação de programas desenvolvidos para gerar a mudança social, usando conceitos do *marketing* comercial”.

contribui para toda esta renovação, como se pode comprovar pela análise de certos anúncios publicitários divulgados na mídia.

Um anúncio publicitário, como se sabe, tem como objetivo influenciar, persuadir e estimular determinado público a adquirir certo produto ou serviço; também podendo trabalhar com a divulgação de uma idéia ou de um novo conceito. O interesse é gerado à medida em que a mensagem informa o valor do produto demonstrando seus benefícios, despertando o desejo e, conseqüentemente, levando o consumidor à aquisição daquilo que foi anunciado. No caso em que se trabalha a divulgação de uma idéia, então, procura-se influenciar o público esperando uma mudança de atitude do mesmo. A mensagem é elaborada com uma linguagem pretensamente adequada ao destinatário, contendo diversos sistemas de representação que visam a influenciá-lo. Assim, o anúncio contribui para o retorno esperado desta forma de comunicação. Pode-se dizer que o objetivo da divulgação foi alcançado quando as metas estabelecidas pelo anunciante cumpriram-se.

Anúncio publicitário: “Exposolidária 2002”

O anúncio analisado é da feira “Exposolidária 2002”, que aconteceu de 2 a 11 de agosto no Pavilhão da Bienal-SP, ele foi elaborado pela agência DPZ e veiculado nas principais revistas de interesse geral em circulação (*Veja, Isto é, Época*). Os objetivos desta divulgação são facilmente reconhecíveis: atrair pessoas para a visita da feira, conquistar o engajamento do leitor através do anúncio, promover empatia do público com a proposta apresentada. Mas o processo que leva a esta primeira “leitura” é um pouco mais complexo.

Através do esquema canônico da comunicação, pode-se identificar os elementos que compõem o referido processo. A empresa organizadora da feira, através de sua agência de publicidade, ocupa o papel de destinador; já o destinatário é o público para o qual a mensagem (anúncio, representação, objeto da comunicação) é elaborada; o canal utilizado é o meio impresso – revista; o contexto é a realidade onde todos estão inseridos.

Iniciando-se a análise pelo plano da expressão notam-se os seguintes elementos: foto, texto 1 (entre aspas), texto 2, slogan e

logomarca. A diagramação deste anúncio é muito interessante, pois é através dela que a mensagem é compreendida e consegue-se o efeito de sentido desejado, a ruptura.

A escolha de página dupla favorece a montagem da idéia. A foto do rosto da moça com um chapéu em close na página da esquerda e também, o ângulo escolhido e a expressão facial da modelo, são algumas características que juntas geram um sentido que depois é quebrado com o texto 2.

O cromatismo predominante é o sépia, que confere uma coloração escura à peça. A falta do colorido traduz a seriedade do assunto tratado e também a tristeza, a dor e o sofrimento do doente. A única cor em destaque é o azul da logomarca no canto inferior direito da página, fazendo alusão à harmonia e à tranquilidade.

A logomarca é o desenho de uma mão, ou melhor, é a personificação da mão que ganha olhos, boca, braços, pernas e expressão. Tudo isto se relaciona ao fato do trabalho voluntário, da ajuda, do “dar a mão” ao próximo.

Na composição da peça, o fato de os elementos estarem em sua disposição, distantes, espalhados e estar sobrando espaço vazio traz a tona uma realidade vivida, muitas vezes, por pessoas vítimas do câncer: o isolamento, o preconceito, a solidão.

Já no plano do conteúdo, abordado neste estudo em três níveis, pode-se identificar outros elementos que contribuem fortemente para o entendimento do percurso gerativo de sentido apresentado neste anúncio.

No nível primário, também chamado de nível das estruturas fundamentais, encontram-se as seguintes oposições semânticas:

Positivas ou Eufóricas	versus	Negativas ou Disfóricas
vida – saúde, vitalidade	vs	morte – doença, câncer
vencer – ganhar, triunfar, superar a doença	vs	perder – destruir, ser derrotado pela doença
entusiasmo – participar, ajudar, ser voluntário, ser solidário, engajar-se	vs	indiferença – ignorar, não participar
sucesso – cumprir com as suas obrigações, fazer a sua parte	vs	fracasso – não ajudar, desconhecer



“ Conviver 5 anos com o câncer
me fez acreditar na vida.
E o melhor, me ajudou a romper
minhas próprias barreiras. ”

...a sofreu dessa doença... Ela está falando do seu trabalho voluntário.

...site a Exposolidária 2002 e conheça o trabalho das principais instituições do 3º setor.
...você vai encontrar mais de 100 organizações sociais e vai saber o que as empresas,
...culdades e universidades estão fazendo para ajudar. Isso sem falar na mostra cultural,
...loja solidária e na biblioteca exclusiva do 3º setor. A feira ainda vai dedicar um dia
...programação à doação de sangue. Não perca a Exposolidária 2002. Venha descobrir
...que você também pode fazer para ajudar.

...e 2 a 11 de agosto no Pavilhão da Bienal.
www.tertiomillennio.org.br

EXPO
SOLI
DÁRIA
2002



Só de visitar, já faz bem.

11

CONVIVER E INCLUIR EM OBRAS

DE DESENVOLVIMENTO.

E O MELHOR, REPRODUZIR POR

MEIOS PRÓPRIOS BENEFÍCIOS.

12

o sistema desse direito. Ele está fazendo do seu trabalho voluntário.

Exposolidária 2002 é conhecida o trabalho das principais instituições do 3º setor
você vai encontrar mais de 100 organizações locais e vai saber o que as empresas,
empresas e universidades estão fazendo para ajudar isso sem falar na mostra cultural,
projeto solidário e as bibliotecas exclusivas do 3º setor. A feira ainda vai oferecer um dia
de programação e doação de sangue. Não deixe Exposolidária 2002. Você descobrirá
que você também pode fazer para ajudar.

de 2 a 4 de agosto no Pavilhão do Brasil.
www.brasil2002.org.br

EXPO
SOL
DÁRIO
2002
Seu melhor amigo.

Essas manifestações são evidentes no texto verbal:

“Conviver 5 anos com o câncer me fez acreditar na vida”
 (vida vs morte; ganhar vs perder);
“Venha descobrir o que você também pode fazer para ajudar” (entusiasmo vs indiferença);
“me ajudou a romper minhas próprias barreiras”
 (sucesso vs fracasso).

As relações mencionadas estabelecem um percurso entre os termos citados, uma vez que não se concebe a morte sem pressupor a vida.

Já em um nível secundário ou das estruturas narrativas, esses valores em oposição semântica são assumidos como valores pelo sujeito da narrativa que através de sua ação gera mudanças de estado, transformação. Na Semiótica greimasiana, de acordo com Barros (1997, p. 16) “as estruturas narrativas simulam tanto a história do homem em busca de valores ou à procura de sentido quanto a dos contratos e dos conflitos que marcam os relacionamentos humanos”.

A peça publicitária em análise relata o testemunho, o depoimento, a declaração de uma vítima do câncer. Desse modo, o destinador através de um jogo de manipulação³ por intimidação atinge o destinatário em seu ponto fraco. Ele utiliza sua competência de destinador-manipulador (“poder”: valores negativos) – depoimento de uma pessoa doente, sofrimento – para ocasionar uma alteração na competência do destinatário (“dever-fazer”) – ajudar, colaborar, fazer a sua parte. O destinatário se sente intimidado, assustado com o simulacro de realidade que o anúncio consegue construir através da junção da foto e do depoimento.

No entanto, logo abaixo se observa um outro texto que provoca uma ruptura na expectativa criada no início do anúncio, ou melhor, no contrato veridictório estabelecido entre destinador e destinatário. Pois, de acordo com estudos da modalização do ser, o pa-

3. Segundo Greimas, “a manipulação caracteriza-se como uma ação do homem sobre outros homens, visando a fazê-los executar um programa dado” (1979, p.269).

recer é trocado pelo *não-ser*, a moça parecia que tinha câncer e depois fica evidente que não (mentira). Isso acontece devido ao conteúdo implícito do primeiro texto que leva o destinatário a pressupor algo que, depois, é negado. Através desta complementação, o discurso ganha outro sentido e o contexto geral também é modificado. A idéia da doença, do sofrimento, apresentada anteriormente é deixada de lado e surge uma nova perspectiva desta situação: a solidariedade, o trabalho voluntário.

O anúncio apresenta uma estrutura narrativa que estimula um desejo e uma vontade de *ter* e/ou de *ser* algo. O que conduz o consumidor à ação nesta peça é o benefício que a aquisição do produto ocasionará. No caso, a simples participação na feira promete proporcionar um bem-estar ao leitor que estará certo de cumprir com as suas obrigações fazendo a sua parte, como o próprio slogan diz: “Só de visitar, já faz bem”.

Nesta última etapa do percurso gerativo do sentido, nível do discurso, as estruturas discursivas devem ser examinadas do ponto de vista das relações que se instauram entre a instância da enunciação e do texto enunciado. Segundo Barros (1997, p.62),

o enunciador define-se como o destinador-manipulador responsável pelos valores do discurso e capaz de levar o enunciatário a crer e a fazer. A manipulação do enunciador exerce-se como um fazer persuasivo, enquanto ao enunciatário cabe o fazer interpretativo e a ação subsequente.

Pode-se observar algumas marcas deixadas no texto 1) o uso das aspas, o discurso direto, ou seja, em primeira pessoa, tudo isto para criar um efeito de sentido de subjetividade na visão dos fatos vividos e narrados por quem os viveu. A performance do sujeito, a moça, em busca de um objeto, a cura, pressupõe a aquisição de competência para realizar a ação, precisando para tanto da ajuda de outras pessoas. Tal estratégia provoca no leitor, no papel de enunciatário, um sentimento de compaixão, de solidariedade para com o sofrimento alheio. Logo adiante, ocorre a ruptura do contrato

estabelecido entre enunciador e enunciatário, o discurso torna-se indireto, em terceira pessoa, instituindo o efeito de sentido de objetividade. Ao citar o nome da moça, Aline Passolargo, concretiza-se no anúncio o autor do discurso jogando com a identidade pública da atriz e observa-se um efeito de sentido de realidade. A princípio, antes desta revelação inesperada, o enunciatário fora levado a pensar que a moça estava com câncer, agora o discurso esclarece que o que o enunciador estava querendo dizer é somente que ela trabalha como voluntária nesta área e não é portadora da doença.

O papel da fotografia, neste anúncio, é de ancoragem, assegurado pela crença ideológico-cultural do seu caráter analógico de “cópia do real”, fortalecendo o efeito de realidade. A foto (mulher com um chapéu) faz acreditar que ela está careca devido às consequências do tratamento da doença (quimioterapia), pois não mostra o cabelo, reforçando a construção de um clima que desperta no enunciatário uma reação, um espanto. A escolha da imagem de uma figura feminina explora a crença de que a mulher se deixa levar mais pelo coração, pela emoção. Além disso, atribuir-se-ia um grau de vaidade superior ao universo feminino e assim a falta de cabelo para este gênero seria muito mais prejudicial e traumatizante do que para o sexo masculino. O fator que faz o anúncio ganhar forças é o preconceito: mulher careca não é nada comum e isso provoca isolamento da sociedade e até solidão. Sem contar com a perda da elegância, do charme, da sensualidade que os cabelos conferiam à mulher. Diante destes fatores que convocam o contexto social ao qual a personagem do anúncio e o público fazem parte, pode-se dizer que um dos objetivos do anúncio é provocar surpresa, abalo, choque e comoção.

O slogan, “Só de visitar, já faz bem” promete uma recompensa para o cumprimento da ação indicada no enunciado. Tanto a persuasão do enunciador quanto a interpretação do enunciatário da propaganda se realizam no e pelo discurso publicitário. E maior será a eficácia se o enunciador e enunciatário-consumidor partilharem da mesma formação discursiva, definida por Fiorin (1989) como “*um conjunto de temas e de figuras que materializa uma dada visão de mundo*”. O mecanismo é simples: o discurso parecerá mais ver-

dadeiro quanto mais o destinatário identificar e conseguir comprovar, por meio das performances apresentadas em forma de simulacro, suas convicções e verdades íntimas.

Considerações finais

A premissa de que a comunicação acontece por meio de sistemas de signos, num jogo de negociação, é verificada no estudo desta peça publicitária. Com a aplicação da teoria semiótica do texto para a análise da mesma, vários elementos importantes, por vezes obscuros, desconhecidos ou até despercebidos, foram revelados e puderam ser compreendidos.

As representações relacionadas justificam o conceito e o posicionamento expressos na peça. Cada elemento contribui para a construção da imagem desejada pelo anunciante. A divisão entre o plano da expressão e o plano do conteúdo facilita e muito a compreensão do texto e, particularmente, de todas as estruturas que o compõe.

A estratégia construtiva do anúncio é bem interessante, para uma leitura superficial o que chama a atenção é o contraste entre a doença e a jovem-bonita, posteriormente ocorre um deslocamento para abordar a solidariedade provocando uma identificação e uma empatia com o leitor e, finalmente, apresenta a feira e propõe a participação no evento com um convite.

O jogo da intimidação encontra nesta peça subsídios textuais que contribuem para os efeitos de sentido desejados. Dois fatores merecem destaque: o fazer persuasivo do destinador que, utilizando um sistema de códigos comuns aos actantes desta relação comunicacional, direciona e manipula o destinatário; e a ponte enunciação–enunciado, que possibilita a percepção não só do que está explícito, mas também o que sugerem as marcas deixadas no texto.

Bibliografia

- ARNHEIM, R. 2000. *Arte e percepção visual*. São Paulo: Pioneira, EDUSP.
- BARROS, D. L. P. 1988. *Teoria do discurso: fundamentos semióticos*. São Paulo: Atual.
- BARROS, D. L. P. 1990. *Teoria semiótica do texto*. São Paulo: Ática.
- CARVALHO, N. 1996. *Publicidade: a linguagem da sedução*. São Paulo: Ed. Ática.
- FIORIN, J. L. 1989. *Elementos de análise do discurso*. São Paulo: Contexto/EDUSP.
- GREIMAS, A.J. & COURTÉS, J. 1979. *Dicionário de Semiótica*. São Paulo: Cultrix.
- JOLY, M. 1996. *Introdução à análise da imagem*. Campinas, SP: Papirus Editora.
- ORLANDI, E. P. 2000. *Análise de discurso*. Campinas, SP: Pontes.
- SANT'ANNA, A. 2002. *Propaganda: teoria, técnica e prática*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- VESTERGAARD, T. & SCHROEDER, K. 1998. *A linguagem da propaganda*. São Paulo: Martins Fontes.

Normas para publicação

Normas para publicação

1. Objetivos da publicação

A Revista *Significação* tem já uma tradição no contexto das publicações nacionais engajadas na temática dos estudos das linguagens verbais e não-verbais. Fundada na década de 1970, entra numa fase em que se pretende conquistar regularidade de uma publicação periódica (semestral), graças ao apoio da Reitoria da Universidade Tuiuti do Paraná. É, em princípio, uma revista acadêmica que tem o objetivo de congregar trabalhos escritos em várias línguas que, de algum modo, mantenham vínculos com pesquisas realizadas nos Programas de Pós-Graduação do país e do exterior.

As idéias dos trabalhos publicados não refletem necessariamente a posição editorial da revista.

2. Endereçamento dos textos

Os textos deverão ser encaminhados em duas cópias impressas e uma cópia em disquete 3½ para:

- CEPPE – Centro de Pós-graduação, Pesquisa e Extensão da Universidade Tuiuti do Paraná – UTP:

A/C Setor de Editoração – Revista *Significação*

Rua Sydnei Antônio Rangel Santos, 238 - Santo Inácio

CEP 82010-330 - Curitiba – PR

Telefone: (41) 331-7654

E-mail: editoracao.ceppe@utp.br

ou para:

- CEPPI - Centro de Pesquisa e Poética da Imagem:

A/C Dpto. de Cinema, Rádio e Televisão – Revista *Significação*

Av. Luciano Gualberto, Travessa J, nº 374, 2º andar sl. 209

CEP 05508-900 -I - São Paulo – SP

Telefone: (11) 3091-4027

E-mail: ceppi@usp.br

3. Condições para publicação

- Para serem publicados os artigos passarão pelo crivo de consultores *ad hoc* do Brasil e do exterior.
- Os textos enviados deverão ser inéditos e não poderão ser submetidos a outras publicações.
- Os originais e disquetes não serão devolvidos.
- Enviar, em duas vias, um termo de cessão de direitos de publicação, contendo a assinatura do(s) autor(es), contendo a assinatura do(s) autor(es).

- É de responsabilidade do(s) autor(es) do artigo obter permissão para reproduzir ilustrações, tabelas, etc., de outras publicações.
- Cabe ao(s) autor(es) a obtenção da aprovação de comitês éticos em artigos que envolvam pesquisas com seres humanos.

4. Apresentação do trabalho

Página de rosto:

- Título do trabalho;
- Nome completo dos autores, sua titulação e local(is) de trabalho;
- Endereço completo do autor principal;
- Telefone, número de fax e *e-mail*.

Na sequência:

- Resumo (não mais de 10 linhas) e palavras-chave;
- *Abstract* (não mais de 10 linhas) e *key words*;
- Texto e ilustrações.

5. Formatação

Os textos deverão ser submetidos da seguinte forma:

- Digitação: programa MSWord 6.0 ou superior, ambiente Windows.
- Espaçamento: simples.
- Alinhamento: justificado.
- Margem:
 - Esquerda: 3cm.
 - Direita, superior e inferior: 2cm.
- Formato da página: A4.
- Fonte: Times New Roman, tamanho 12.
- Texto: deve estar corrido, sem tabulações, sem endentações e com "enter" (retorno) apenas ao final de cada parágrafo.
- Títulos, subtítulos e palavras podem ser destacados em *itálico* (o uso de negrito deve ser evitado).
- Nome do arquivo: nome completo do autor principal.
- No disquete deve constar somente o material a ser publicado.

6. Ilustrações (fotografias, desenhos, figuras, quadros, gráficos e tabelas)

- Devem ser impressas com o original, indicando seu local de inserção.
- Devem ser enviadas digitalizadas isoladamente com as devidas fontes e referências e arquivadas em disquete.

- Formato da digitalização: .TIFF ou .BMP
- Resolução mínima: 200 dpi.
- Tamanho: máximo de 17x17cm.

** Na impossibilidade de digitalização, enviar o original de fotografias e desenhos bem nítidos. No seu verso deverão estar anotados a lápis os créditos e o sentido da imagem (vertical ou horizontal). Fotocópias não podem ser utilizadas.

** A revista *Significação* reserva-se o direito de não publicar o material ilustrativo que não esteja adequado a essas orientações.

7. Gráficos, quadros e tabelas

- Para a sua elaboração, dar preferência a softwares do Microsoft Office (Word e Excel). Na hipótese de utilizar outro software, salvar a imagem em formato .TIFF ou .BMP para viabilizar a utilização.
- Títulos e legendas devem constar imediatamente abaixo das figuras e gráficos e imediatamente acima dos quadros e tabelas. Todos deverão estar numerados consecutivamente em arábico.

8. Notas de rodapé (somente as explicativas)

Exemplo:

¹Atualmente existem mais de trezentas unidades fechadas de...

Errado:

ESTRADA, Santiago. Previdência Social e Complementar e os Mercados Comuns. p 13. (trata-se, neste caso, de uma citação referencial)

9. Citações referenciais

- Identificar as referências (em parênteses) no texto, colocando o sobrenome do autor (com a primeira letra em maiúscula) e o ano.
Um (1) autor: (Wenth, 1998); dois (2) autores: (Lamare & Soares, 1990); três ou mais autores: (Harris *et al.*, 1998).
- As citações referenciais não vão em nota de rodapé, mas sim, no corpo do texto, logo após o trecho citado.

Exemplo: (Kelsen, 1979, p. 91).

- Citações com mais de quatro linhas deverão vir em itálico e parágrafo específico.

10. Bibliografia

- A lista de referências deve estar em ordem alfabética de acordo com os exemplos citados abaixo.

- Os sobrenomes dos autores, em letras maiúsculas, devem ser seguidos do prenome ou de suas iniciais.
- Em caso de mais de um autor, cada nome deverá ser separado por ponto e vírgula.
- Para publicações dos mesmos autores, a listagem deve seguir o ano de publicação; para publicações dos mesmos autores no mesmo ano, as letras a, b, c, etc. devem ser colocadas logo após o ano, sem uso de espaço.

(a) Artigos publicados em revistas:

WENTH, R. C. 1998. "Psicologia analítica e educação: visão arquetípica da relação professor-aluno." *Tuiuti: Ciência e Cultura*, Curitiba, v.10, n.2. p. 7-15.

(b) Monografias, dissertações e teses:

ALEXANDRE, N. M. C. 1993. *Contribuição ao estudo das cervicodorsolombagias em profissionais de enfermagem*. Ribeirão Preto: 186 p. Tese de Doutorado - Escola de Enfermagem de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo.

(c) Resumos:

HAREVEN, T. 1984. Tempo de família e tempo histórico. In: *História: Questões & Debates*, Curitiba, v.5, n.8.p. 3-4, jun. Resumo.

(d) Livros no todo:

BERLINGUER, G. 1996. *Ética da Saúde*. São Paulo: HUCITEC.

(e) Artigos de periódico:

CUNHA, M. V. 1993. "A antinomia do pensamento pedagógico". *Revista da Faculdade de Educação*, São Paulo, vol. 19, nº 2.

(f) Capítulo de livro:

FACCHINI, L. A. 1994. Uma contribuição da epidemiologia: o modelo da determinação social aplicado à saúde do trabalhador. In: ROCHA, L. E.; RIGOTTO, R. M.; BUSCHINELLI, J. T. P.; (org). *Isso é trabalho de gente? Vida, doença e trabalho no Brasil*. Vozes, cap. 11, p. 178-186.

(g) Publicações periódicas consideradas em parte (suplementos, fascículos, números especiais):

CONJUNTURA ECONÔMICA. 1984. As 500 maiores empresas do Brasil. Rio de Janeiro: FGV, v.38, n.9, set.

(h) Periódico:

CADERNO DE PESQUISA. 1971. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas.

(i) Artigo de jornal:

ARANHA, J. R. P. 1998. "*O princípio de gratuidade do Ensino Público*". *Jornal da UTP*. São Paulo, 31 ago., p.2.

(j) Filmes cinematográficos:

TÍTULO. ano. Diretor. Local: Produtora: Distribuidora. Número de unidades físicas (duração em minutos): indicação de som (legenda ou dublagem), indicação de cor; largura em milímetros.

(l) Gravações de vídeo:

TÍTULO. ano. Diretor. Local: Produtora: Distribuidora. Número de unidades físicas (duração em minutos): indicação de som (legenda ou dublagem), indicação de cor; largura em milímetros. Sistema de gravação. Exemplo:

A DREAM CALLED WALT DISNEY WORLD. 1981. Burbank, CA: Walt Disney Home Video: Walt Disney Telecommunication and Non-Theatrical Co. 1 videocassete (25 min.); son., color.; 12 mm. VHS NTSC

(m) Trabalho em evento:

MELO, A. C. 1999. "*A influência francesa no discurso da moda*". In: Encontro do Grupo de Estudo Lingüístico do Estado de São Paulo - GEL. Franca.

(n) Consultas à Internet:

AUTOR. ano da publicação. "Nome do artigo". *Nome do periódico* (online). Disponível em : endereço da Internet. (data da consulta). Exemplo:

KAWASAKI, J. I.; RAVEN, M. R. 1995. "Computer – administered surveys in extension". *Journal of Extension* (online). Available: www.joe.org/Joe/index.html. (20 set. 1999).

**LUCRÉCIA
D'ALESSIO FERRARA**

O signo sem sentido

ANNA MARIA BALOGH

A criação intertextual nos
processos mediáticos

**TIEKO YAMAGUCHI
MIYAZAKI**

Sebastião Salgado: a geometrização
como recurso argumentativo

**MALENA SEGURA
CONTRERA**

Publicidade e mito

DAVID WILLIAM FOSTER

Gabriel Valansi: neoliberal rights in
Buenos Aires

VERA BONNEMASOL

A integração das artes e a
pós-modernidade

**MARIA VIRGÍNIA
MORAES DE ARANA**

Jogos eletrônicos: por uma
semiótica passional

**ALESSANDRA
VANNUCCI**

Adolfo Celi, um olhar para dois mundos

LUCIANA BERLEZE

*Autoimagem marginal: uma manifestação
semiótica da representatividade feminina*

**DANIELE PEREIRA DA
SILVA**

Exposol d'ária 2002: a construção
de sentido na publicidade