

Jornalismo Cultural em Pauta

Artigos publicados originalmente em 2007/2008 no site <http://culturaemercado.com.br>

SUMÁRIO

Jornalismo Cultural: Campo de produção e prática profissional

Autora: Eliane Fátima Corti Bassos

p. 2

Jornalismo e Cultura: uma pauta a ser recriada

Autora: Angelita Lima

p. 5

Jornalismo Cultural como exercício crítico

Autora: Célia Mota

p. 7

O Jornalismo Cultural contra a comunicação

Autora: Daisi Vogel

p.9

Cidadania Digital e Imprensa

Autor: Sérgio Amadeu

p.12

Amazônia, assimetrias e comunicação

Autor: Narciso Freire Lobo

p. 14

Perguntas e mais perguntas sobre Jornalismo Cultural

Autor: Mário Villas-Boas

p. 17

Os dilemas do Jornalismo Literário no Brasil

Autor: Marcio Souza

p. 20

A relação entre a Cultura e o Direito

Autor: Francisco Humberto Cunha Filho

p. 23

Os equívocos que envolvem a Arte e o Ensino

Autora: Maria Benites

p. 26

A PERIFERIA DO MERCADO

Autor: Fred Zeroquatro

p.28

A RESPEITO DOS NOVOS FETICHISMOS VISUAIS

Massimo Canevacci

p. 31

JORNALISMO CULTURAL: CAMPO DE PRODUÇÃO E PRÁTICA PROFISSIONAL

Eliane Fátima Corti Bassos

Data de publicação: 05/11/2007

Tem-se convencionado como Jornalismo Cultural uma especialização que nasce das necessidades da imprensa em atender a um público segmentado, mas seu recorte temático, apesar de depender das dimensões do projeto editorial e o segmento de público para o qual se destina, vai muito além, ou pode ir, da divulgação das artes, como muitos costumam tratar, ou então, da veiculação do entretenimento.

Conceitualmente, o Jornalismo Cultural preconiza o jornalista e pesquisador argentino Jorge Rivera, em *El periodismo cultural* [1], ajustou-se a duas concepções básicas de cultura: a ilustrada e a antropológica. Portanto, oscila entre um sentido restrito e um total. A ilustrada, de acordo com o teórico Edgar Morin, em *Cultura de massas no século XX – necrose* [2], – centra a cultura nas humanidades clássicas e no gosto literário-artístico. Do ponto de vista antropológico, ela passa a ser vista como a organização de um povo, seus costumes e tradições transmitidas de geração em geração a partir de uma vivência comum. O crítico literário e ensaísta Alfredo Bosi, em *Dialética da colonização* [3], explica cultura como “conjunto de modos de ser, viver, pensar e falar de uma dada formação social”. Deste modo, passa a ser entendida como um elemento comum e universal, inserida em tudo que o homem faz para melhorar sua condição de vida.

Assim, o Jornalismo Cultural ajustou-se a uma mescla ampla e variada que busca difundir os patrimônios culturais do conhecimento em esferas variadas em que a cultura passa a ter uma visão mais integradora. Para Rivera [4], tem-se definido como Jornalismo Cultural: “[...] uma zona muito complexa e heterogênea de meios, gêneros e produtos que abordam com propósitos criativos, críticos, reproduzíveis ou de divulgação os terrenos das ‘belas artes’, as ‘belas letras’, as correntes do pensamento, as ciências sociais e humanas, a chamada cultura popular e muitos outros aspectos que têm a ver com a produção, circulação e consumo de bens simbólicos, sem importar sua origem e destinação” [5]. Desta forma, tende a superar o prisma da dicotomia entre os campos da produção simbólica; de elite e popular, evidenciando a difusão (papel do jornalista cultural) e a análise crítica das culturas (papel do crítico de cultura) - formatando um fórum público de manifestação do pensamento, em que estão presentes a produção jornalística e a intelectual.

A esse Jornalismo Cultural cabe o papel de levar à análise e à interpretação de forma a dar subsídios para o leitor para que possa refletir, através das artes e da produção cultural, as formas de organização da sociedade. À parte expor a filosofia estética de uma obra, por exemplo, cabe também a reflexão sobre as circunstâncias sociais e históricas em que foi concebida no sentido de apresentar a obra como um processo cultural, na tentativa de captar o movimento vivo das idéias, e não apenas como produto.

Tal ponto de vista refere-se a um discurso que possa enriquecer o repertório do público, possibilitando certo posicionamento em relação ao saber tradicional e a sua bagagem cultural. É neste sentido que a pesquisadora espanhola Margerita Pérez de Eulate Vargas [6], concebe que nas páginas deste Jornalismo Cultural “nascem o diálogo e a controvérsia ideológica que possibilitará o pluralismo e o encontro com a verdade. Delas também se pode lutar contra a passividade e converter a cultura armazenada em algo vivo e eficaz” [7]. No campo teórico, designa-se ao Jornalismo Cultural um papel predominante na formação dos leitores como um mecanismo de enriquecimento intelectual. Para tanto, o papel exercido requer uma formação especializada e rigorosa por parte dos profissionais dos meios de comunicação.

Na prática profissional, o que se percebe é que, nas redações, a organização da estrutura informativa parece não deixar dúvida quanto a um sentido restrito de cultura que acomoda com prioridade a pauta dos grandes eventos, lançamentos, festivais, prêmios, feiras e o entretenimento. Mas na aproximação do sentido polivalente do termo cultura já não há a mesma uniformidade.

Neste aspecto, a avalanche de eventos e dos produtos da indústria cultural, em especial, cinematográfica, editorial e fonográfica, toma conta dos espaços da cobertura diária, o que muitas vezes condiciona a liberdade criativa e impossibilita o desdobramento para uma reflexão mais analítica, crítica e social sobre o conteúdo. A dificuldade de informar reside na multiplicidade dos produtos lançados pela indústria cultural, nos gêneros e subgêneros presentes na manifestação cultural, nos escassos espaços destinados à cultura, no quadro de profissionais nas redações (por vezes, também na falta de qualificação) e no predomínio de certos produtores. Na disputa por espaços, alguns produtores/divulgadores têm mais “notoriedade” para defender suas produções empacotando pautas às redações. Neste universo, avalia de forma crítica e seleciona o que deve ser pautado, além de ter que garimpar pautas e ângulos diferenciados, é uma tarefa árdua para um editor.

A quantidade de oferta da agenda da indústria cultural leva à utilização freqüente do formato de notas, notícias ou resenhas comentadas em que predomina o aspecto do serviço como uma espécie de “orientação” para o público, mais no sentido de informar o que está acontecendo, do que no da divulgação de idéias. A agenda cultural e o entretenimento preenchem outra parcela considerável, por vezes predominante, com listas de programação de cinema, teatro, televisão, espetáculo, coluna social, cotidiano das celebridades e até horóscopo do dia. Assim, as editorias de cultura, via de regra, têm centralizado um grande mosaico de fragmentos, pautando com primazia a atualidade dos eventos e do entretenimento que acontecem nos grandes centros, negligenciando a cultura que se processa nas diferentes regiões e esferas sociais.

Sob a óptica do serviço orientado para o consumo, muitas vezes o produto cultural é levado à condição de mercadoria, quantificado e qualificado numa escala de valores. A intensa produção desse tipo de cultura leva, por consequência, a privilegiar determinados produtores e a marginalizar outros, sem contar as vezes em que acontece dos enfoques serem os mesmos levando a uma homogeneização cultural.

Espremido pela cobertura da agenda e o entretenimento é que decorre o processo de banalização em que é comum associar a editoria de cultura ao ornamento, o secundário, dispensável diante da avalanche de catástrofes e de más notícias que cercam a máquina informativa, como se lhe fosse o antídoto.

Há que se observar, no entanto, que há análises importantes, consistentes e de interesse, que respondem a uma dinâmica mais ampla da que normalmente lhe é conferida, mas muitas questões permanecem à margem.

Nos diferentes suportes de informação que se ocupam da difusão da cultura, o Jornalismo Cultural da atualidade vive o dilema de dar pouco espaço para a diversidade cultural existente nas diferentes regiões e esferas sociais e para o debate de políticas públicas de cultura. Grosso modo, falta espaço para a valorização das diferentes identidades culturais, para estéticas diferenciadas, para os movimentos engajados com a cultura popular, para o debate de idéias, para a contraposição de tendências, enfim, para a cultura como conhecimento, incumbida da função sociológica e crítica com o ato de pensar voltado para a formação cultural e para os problemas da sociedade que estão relacionados à cultura do homem. A cultura do povo, que está nas ruas, no folclore, nos

discursos e nas festas, seja em centros urbanos ou rurais, por sua vez, pouco aparece, de maneira geral, a não ser quando está associada a grandes eventos ou quando se transforma em mercadoria de consumo, caso típico de festas como o carnaval em que é comum referendar estereótipos já existentes, esquecendo-se das diversidades existentes dentro de cada cultura.

Fica aqui o estímulo ao debate sobre esse campo que é tão vasto, rico em possibilidades e abordagens diversificadas sobre os bens culturais. É preciso alertar que existem trabalhos interessantes, debates consistentes, que surgem a cada dia, na expectativa de refletir e aprofundar sobre o campo de produção e a prática profissional. Há também publicações voltadas a núcleos e públicos seletos que surgem na tentativa de se desvincular da agenda e dos interesses que cercam a área.

[1] RIVERA, Jorge B. El periodismo cultural. 3. ed. Buenos Aires: Paidós, 2003, p. 15.

[2] MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX – necrose. 3a. Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.

[3] BOSI, Alfredo. Dialética da colonização. 4. ed. São Paulo: Cia. das Letras, 2003, p. 319.

[4] Idem, p. 19.

[5] Tradução nossa

[6] VARGAS, Margarita Pérez de Eulate. Las páginas culturales de los diarios como puente e comunicación con el lector. Revista de Comunicación Social. La Laguna (Tenerife). Março de 1999 – número 15.

[7] Tradução nossa

JORNALISMO E CULTURA: UMA PAUTA A SER RECRIADA

Angelita Lima

Data de publicação 13/11/2007

Enquanto, na sala ao lado, meus dois filhos já adolescentes tentam, em vão, aplacar a sede do caçula de dois anos que quer a repetição da leitura de histórias já tantas vezes lidas, começo a construir um fio condutor para a reflexão entre cultura e jornalismo. Recorro à cena privada porque não consigo desvincular o tema de dois elementos que envolvem a realidade cultural brasileira, a vida das pessoas, as políticas públicas e a mídia, mais especificamente o jornalismo.

O primeiro trata-se do fato comprovado de que uma criança que tem acesso a livros e leitura na primeira infância terá, aos seis anos de idade, vocabulário até seis vezes maior do que o de uma criança que não tem esse tipo acesso. No Brasil, a histórica ausência de bibliotecas nas escolas públicas, nos bairros e nas cidades de menor porte, bem como a ausência de educação infantil pública e gratuita, é um indicador de como o acesso a determinados bens culturais interfere cotidianamente na formação e “separação” cultural brasileira, que está baseada no poder de compra individual.

O segundo, intrinsecamente ligado a esse, refere-se ao levantamento feito pelo Ministério da Cultura acerca do consumo de produtos culturais no Brasil. Publicado recentemente, o estudo causa perplexidade ao revelar que, independentemente do estrato social, do investimento total em cultura que atinge em média 3% da renda familiar, 84% são destinados a práticas realizadas dentro dos domicílios sendo que a televisão figura como a principal atriz neste cenário. O levantamento revela, também, um Brasil que quase não vai ao cinema (60% da população); nem ao teatro e nem a museus (70% da população).

O retrato do Brasil cultural em números confirma uma realidade inegável e até certo ponto inevitável: a qualidade do acesso a bens culturais está mediada pela televisão e pelo rádio. E, logicamente, pela cobertura jornalística feita pelo chamado Jornalismo Cultural, existente nesses veículos, reforçada pelos impressos, principalmente os jornais diários. Fruto de uma estrutura de comunicação concentrada e altamente vinculada às esferas de interesse econômico e político, o jornalismo praticado pela imprensa brasileira tradicional torna-se majoritariamente refém de uma estrutura empresarial padronizadora da informação e da linguagem.

Sob essa lógica, o jornalismo cultural afirma e reafirma a fragmentação da cultura, com o foco voltado prioritariamente para o mercado e para o consumo de produtos culturais. Jornais impressos, revistas, TVs (abertas e fechadas), e, com destaque, as rádios divulgam agendas e eventos que estão diretamente ligados à venda de bilheterias e produtos. Obedecem à lógica auto-referente da mídia que fala de si mesma e de seus produtos buscando a consagração de “ídolos e artistas” e a adesão a programações oferecidas na TV. E não raras vezes trata-se de publicidade travestida de jornalismo.

O jornalismo cultural acaba por atuar no surgimento de modismos ou “ondas” que buscam promover comportamentos e gerar ou reforçar novos tipos de consumo. Na sua pauta, os produtos e bens culturais produzidos fora dessa lógica só entram quando se configuram como promessa mercadológica ou quando “burlam” as barreiras do mercado tradicional. Esse é um formato que está tão arraigado que mesmo as mídias existentes fora da estrutura empresarial de imprensa o adotam com a ilusão de que dessa forma o acesso à cultura será garantido.

A cultura que frequenta o lugar nobre do jornalismo cultural funciona, também, como uma espécie de passaporte para alguns níveis de relações sociais, com recorte importante na legitimação de relações de poder. Não é por acaso que colunas sociais estão espacialmente identificadas nos cadernos de cultura. Não é à toa, também, que em geral o lugar destinado às mulheres nos jornais ainda é o “caderno de cultura”, em que elas aparecem destituídas do centro de poder de decisão e deslocadas para o espaço destinado ao consumo.

Ao problematizar a “cultura” que frequenta os cadernos e programas culturais, pode-se dizer que a relação entre cultura e jornalismo é uma pauta a ser recriada, e ao se considerar as produções regionais, é uma pauta que precisa ser criada. Falta experimentar no jornalismo aquilo que é próprio da cultura: rompimento de paradigmas, produção de estranhamentos de sentidos e formas. Falta reconhecer os diferentes e desiguais sujeitos da cultura. Falta religar vida, economia, política, ética e estética. Falta compreender e revelar a própria cultura da mídia.

Assim como as crianças e os adolescentes, todos nós também desejamos ter e perpetuar a experiência da fruição, na tentativa de fixar e não perder aquele momento sublime que produziu um significado novo para a vida, independentemente de classe, raça, sexo, idade. E essa experiência só ocorre mediante contato com um objeto da cultura. O desafio do jornalismo cultural é dar conta dessa realidade sem se render às tentações reducionistas. É constituir uma agenda cultural de fato cidadã. É transparecer as tensões existentes nos diferentes ambientes de cultura e permitir o conhecimento para que o acesso a bens e produtos culturais seja o mais amplo possível. No fim, trata-se, na verdade, de uma luta contra a padronização: a inimiga fatal de toda a criação (com perdão à rima pobre).

A pauta do jornalismo cultural no Brasil está atrasada e em dívida com a população brasileira por se abster do potencial transformador existente na cultura ao reduzi-la a valores estéticos do consumo. E, também, por se abster de imprimir o conteúdo de cidadania necessário ao campo da cultura. É certo que o problema extrapola o âmbito da concepção e execução da pauta, tem a ver com fato de que as estruturas de comunicação precisam ser democratizadas. Mas, modificar a qualidade e a extensão da cobertura jornalística é urgente, para que nessa ou em outra estrutura de comunicação que vier a existir, o jornalismo se constitua, ele próprio, em um produto cultural cidadão.

JORNALISMO CULTURAL COMO EXERCÍCIO CRÍTICO

Célia Mota

Data de publicação: 20/11/2007

Quando se fala em Jornalismo Cultural me vem à mente uma frase de Roland Barthes: “a crítica não é uma homenagem à verdade do passado e nem à verdade do outro, mas simplesmente uma construção inteligível do nosso tempo”. Isto porque a questão fundamental do chamado Jornalismo Cultural é a do exercício crítico por excelência. Uma sociedade sem crítica é uma sociedade morta e, ao abrir mão desse exercício, os jornalistas se tornam apenas porta-vozes da indústria cultural e seus sub-produtos.

Por que falar de crítica a jornalistas culturais? Porque a eles cabe decidir sobre dois procedimentos: o do julgamento do valor qualitativo de um produto ou bem cultural ou o do julgamento do valor de mercado. Sempre é bom lembrar que vivemos em tempos pós-modernos, onde se constata o abandono dos programas ordenadores, legitimadores, atribuidores de valores estéticos e culturais. Expandem-se os sistemas técnicos incontroláveis, o império dos efeitos visuais sobre a narrativa. Com isso, troca-se o sujeito emancipador (dotado de razão, de senso estético e transformador) pelo sujeito falsamente emancipado pelas novas tecnologias.

Não queremos considerar aqui como jornalismo cultural as notinhas de shows, as agendas sobre os espetáculos diários oferecidos à população em nossas cidades, os releases de filmes, de peças de teatro ou de exposições, que tomam conta dos nossos chamados Cadernos B. O jornalismo cultural, no meu entender, coloca em debate idéias, sem deixar de lado a crítica aos espetáculos ou aos produtos de arte, que são uma forma de refletir sobre o mundo em que vivemos.

Um ponto de partida para o exercício crítico, ou do criticismo, nos leva à seguinte questão: é a crítica uma forma de explicação ou um pretexto para uma interpretação? No primeiro caso, busca-se tornar explícito ou explicitar em detalhes uma determinada obra cultural. Como a origem latina de “explicar” sugere, é expor, revelar. Ou seja, mostrar para o leitor o que ele não vê num primeiro olhar. Pode ser a análise de um romance, de um filme, um CD de rock ou um show musical. Um livro não fala de si mesmo. Um CD se revela pelo conjunto das músicas escolhidas pelo autor. Então, o que cabe ao jornalista cultural é a tarefa de debruçar especialmente sobre o que a obra não diz. Seus silêncios, seu interdiscurso, ou seja, a que outros textos, músicas, filmes, a obra remete?

Explicar uma obra significa também mergulhar no processo criativo do seu autor. Que universo é este, em que mundo imaginário o autor vive? Como expressa este mundo através dos seus personagens, de representações culturais de sua própria realidade? Não é, portanto, um julgamento do autor ou da obra, mas um exercício de tornar visível o que é invisível, transformar em linguagem o que é silêncio, revelar o que não foi dito.

É importante lembrar que a explicação de um produto cultural não se resume a uma descrição minuciosa ou ligeira do seu conteúdo, como se lê em releases de filmes, algumas vezes transcritos em jornais ou revistas. Não é, igualmente, situar a obra numa longa descrição histórica para caracterizá-la como parte de um movimento, seja literário, seja fílmico. Desde a crítica literária à crítica de cinema hoje, a tentação de enquadrar a obra num determinado ciclo é bem grande. Ou é um “romance realista”, ou é um “filme a la Tarantino”, ou é um “remake dos anos 70”, etc. Não importa a nomenclatura, mas sim o processo classificatório, a necessidade do enquadramento.

A outra questão é a da crítica como uma interpretação. É quase um exercício hermenêutico de criar novos significados sobre um determinado produto cultural que nem sempre correspondem aos que o autor quis representar. Com isso, o crítico praticamente constrói uma nova obra – ou quase – à sombra ou à margem da obra original que pretendeu examinar. O grande problema deste tipo de criticismo é que o jornalista cultural pode deixar de lado o universo do autor, sua visão de mundo, seus referentes sócio-históricos, em troca de uma leitura própria da obra.

Lembro-me de uma análise feita por uma pesquisadora sobre a MPB dos anos 70. O trabalho, feito naquela época, era uma crítica contundente à alienação produzida pelos músicos de então, cujas canções e letras não refletiam a realidade da ditadura militar em vigor no país. Esta pesquisa, analisada em sala de aula, quase trinta anos depois, provocou leituras diversas que, em geral, consideraram exagerado o trabalho original. É sempre difícil ler uma obra com olhos de hoje, ou olhos de um outro momento histórico. Mais ainda, interpretar uma obra com olhos de outra cultura.

Então, como exercer a atividade crítica no jornalismo cultural? Como resgatar o sentido da crítica na sociedade atual? Em primeiro lugar, percebendo que a cultura é constitutiva da nossa identidade. Como diz Geertz, cultura são as histórias que contamos sobre nós mesmos. É no aqui, no nosso espaço de constituição de significados, que se constrói a memória cultural do país. Cabe ao jornalista debater valores culturais, definir critérios mínimos de apreciação de bens culturais e midiáticos, sem se submeter a critérios de mercados.

Como fazer isso? Em primeiro lugar, recuperando o espaço da crítica, hoje tornada resenha. E a partir daí, recuperando valores culturais, pelo que significam de processos de construção de identidade. Colocando obras de arte em debate, e com isso, provocando uma maior reflexão sobre seus conteúdos e sobre os valores que põem em circulação. O exercício crítico, aliado a uma maior informação e estudo por parte dos jornalistas dos chamados cadernos B ou C, é que vai permitir um outro olhar sobre estes produtos. E uma reflexão de caráter emancipador sobre esta nossa pós-modernidade, em que valores ocidental-americanos ou oriental-nipônicos estão sempre a confrontar nossas próprias culturas locais.

O JORNALISMO CULTURAL CONTRA A COMUNICAÇÃO

Daisi Vogel

Data de publicação: 27/11/2007

Ao perguntar por frentes de resistência ao caos da comunicação – ao qual ele chama, aliás, de patologia, Mario Perniola apresentou recentemente umas das mais positivas questões no âmbito do debate sobre a cultura das e nas mídias. A seu ver, a comunicação midiática leva à catástrofe da ordem simbólica, na medida em que os eventos são ali reduzidos à aparição pura, com a conseqüente dissolvência das capacidades de reflexão e memória. Ele pergunta, então, sobre como enfrentar a comunicação sem entregar-se ao niilismo ressentido. E responde positivamente: pela economia do interesse desinteressado, sobre o qual se funda a estética e à qual também respondem a lógica e a moral.

Sua resposta não poderia ser mais instigante para o jornalismo, notadamente o especializado em cultura. Ela pressupõe, primeiramente, uma pergunta: pode o jornalismo, e dentro dele o jornalismo cultural, resistir aos efeitos homogeneizantes da mídia e de seus fluxos? O que há de mais precioso, porém, é que essa pergunta pede, já pela própria resistência ao niilismo ressentido, o desdobrar-se numa formulação distinta: como pode o jornalismo cultural instaurar um movimento contra a comunicação? Há implícita, nesse movimento crítico, nesse pôr em crise, uma vontade de potência.

De fato, e assim o observa Perniola, o que a mídia hoje nos oferece, na ilusão da simultaneidade e da instantaneidade, não é a experiência do presente, mas a falta radical dessa experiência. A fluência cada vez mais acelerada de informações, num movimento que se dá contra o tempo, se dá contra a própria idéia de presente. O gesto pela imediatividade entrou em ritmo de fluxo. Dados e informações se sucedem em quantidade e rapidez tamanhas que, no conjunto, nada surpreende efetivamente, nada detém, nada contra-inclina para a resistência ou a reflexão.

Ocorre, ainda, que a mobilidade do fluxo compele ao indistinto: pela rapidez, pelo excesso de informação, pela obliteração dos sentidos por um zumbido de dados. A agência política da arte, a idéia de comunidade que se forma pelo compartilhar estético, pela partilha do sensível, nas palavras de Jacques Rancière, perde-se no zumbido. O recorte, a seleção, a edição, que são talvez os mais agudos mecanismos da crítica cultural exercida pelo jornalismo, ficam obliterados pelo indistinto. Tudo é assimilado, cada coisa e o seu contrário, numa performance da excitação constante, com moldes de uma recepção igualmente acrítica e indistinta.

A imagem que se faz reincidente, diante da exaustão da experiência e da memória, é sempre a de Funes, personagem de Jorge Luis Borges. Irineo Funes, após sofrer um acidente banal, passa a ter memória e percepção infalíveis – desconhece o esquecimento. Insonne e ruminante, segue indigesto por um mundo abarrotado de detalhes, aplastado pelo excesso de saber histórico. Assim, em torno das vicissitudes de Funes, Borges travava com Friedrich Nietzsche um diálogo imaginário sobre a vantagem e a desvantagem do esquecimento para a vida.

Nietzsche considerava que um indivíduo ou uma cultura apegados à “historicidade” das próprias ações vêem reduzidas as suas forças criativas, perdendo a capacidade de produzir uma nova história. O esquecimento é compreendido, nesse âmbito, não como inércia ou passividade, mas como força plástica modeladora, inibidora e primordial. No universo de Funes, o esquecimento, o corte, fundamentais para a reflexão e a tomada de posição no mundo, deixaram de ter lugar, atropeladas pelo ruído constante.

Prefigurava-se, portanto, na filosofia e na literatura, a crítica ao “tempo real” da comunicação midiática, num mundo em que os relatos e, por extensão, as identidades se desmancham em pontos móveis. Borges e Nietzsche podem ser relidos, sob essa ótica, como críticos premonitórios do estado de imersão informacional, no qual esquecer diferenças, generalizar, abstrair, enfim pensar, não parecem nem necessários, nem possíveis. Desenha-se a imagem de um mundo de pessoas ruminantes, uma população de Funes.

É uma imagem tomada pelo paradoxo: a diversidade cultural é concreta, crescente, e é a partir dela que se organiza – ou desorganiza – a idéia de comunidade, implícita na própria noção de cultura. Mas a grande indústria dos jornais, revistas e sites produz suas páginas na dinâmica do fluxo homogeneizante, desfiando assuntos em enfoques rápidos e repetitivos, mobilizada por uma agenda infinita e com vocação de consumo. O próprio consumo, aliás, é instrumento formador de identidades.

Uma descrição bem sedimentada das práticas do jornalismo cultural brasileiro, tais como se organizam atualmente, inclui justamente a referência à pauta dominada pela agenda. Como a agenda prioriza o retorno comercial, temos uma pauta em que preponderam os temas do comércio cultural. O terrível, nessa dominância, não é o fato simples de sua existência, mas perceber que os direcionamentos ao público atropelam vigorosamente a mediação da crítica e do jornalismo. Tudo associado à ligeireza nos tratamentos, com notas cada vez mais breves e mais substituíveis, em produção acelerada e com pequena retenção reflexiva.

É uma descrição que se adapta bem à boa parte dos jornais produzidos no Brasil, notadamente nas edições que circulam ao longo da semana, e às revistas de grande tiragem, inclusive em suas páginas on-line. E, como toda descrição com características tão gerais, é inválida para uma ou outra experiência mais segmentada ou mais independente. Existe sim, aqui e ali dentro da profusão de materiais, o tratamento bom e longo para o assunto reflexivo e grátis.

Felizmente. Porque esses filamentos que resistem ao disforme são como fulgurações. Acenam positivamente para a questão, tão urgente e contemporânea, quanto à necessidade de ainda insistir em diferenciar a comunicação massmediática do jornalismo. Este integra o mesmo elemento daquela, e ambos se organizaram em simbiose. Os dois partilham uma aposta na utopia da transparência, fundada na tese do esclarecimento das maiorias. A comunicação, todavia, exhibe sem timidez que é, enfim, o oposto do conhecimento, na medida em que dissolve e homogeneiza todos os conteúdos. Nada é assim tão claro em relação ao jornalismo, que mantém sua fé na informação e na formação dos públicos.

O jornalismo ao qual se qualifica como cultural (distinguindo, portanto, uma arena especializada na cultura), pode constituir-se como lugar privilegiado de enfrentamento da comunicação, justamente pelo explícito do ocupar-se dos temas culturais. Neste ponto, é importante registrar que, na perspectiva aqui adotada, o jornalismo cultural não se define intrinsecamente por uma temática, mas por um modo próprio de lidar com os temas, ou seja, por um modo de abordagem, de tratamento. E esse modo valoriza, nos temas, a formação e o trânsito do simbólico, do ritual.

Com essa definição bem situada, e ainda perseguindo a resposta do interesse desinteressado, o jornalismo cultural diz mais e mais se distingue da comunicação quanto mais se aproxima da arte, e, nesse aspecto, seu lugar é privilegiado dentro do jornalismo. Isso inclui projetos, objetos e execuções em si mesmos atraídos pelo sintoma da arte, assim como inclui a inscrição dos objetos da arte no interior nas páginas das publicações.

Há até quem diga que publicar literatura não é jornalismo cultural, mas jornalismo cultural é também publicar literatura; seleção e disseminação da arte são de fato alguns de seus atributos centrais.

Se o jornalismo cultural, que se formou, historicamente, como agente da partilha, parece haver perdido a sua chave (uma perda que se repete entre os discursos da modernidade), talvez precise retornar mais uma vez pelo diferente. Este é um jogo com o positivo, sem dúvida, em que se reposiciona o jornalismo diante da poesia, do não-produtivo, da comunicação não-soberana – da parte maldita, como a definiu Georges Bataille. Porque, ao contrário da mediação, que enclausura qualquer ordem simbólica no ligeiro e no indistinto, a poesia, a arte, a comunicação não-soberana criam e instauram uma nova ordem simbólica, uma maneira de agir baseada na imaginação e na memória. Essa sim, com capacidade de mover o mundo.

CIDADANIA DIGITAL E IMPRENSA

Sérgio Amadeu

Data de publicação: 11/12/2007

Habermas cunhou a expressão “esfera pública literária” para falar do processo em que “pessoas privadas reunidas em público” passaram a discutir sobre o que era lido e publicado, retirando das cortes a exclusividade da apreciação da cultura. Ao analisar este processo no livro *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, ocorrido principalmente durante o século XVIII, Habermas mostra-nos que a polêmica literária vai conectar-se com a crítica política aberta feita pela burguesia contra o poder aristocrático e absoluto. A disseminação dos jornais e livros foram o meio para a consolidação de novos atores no mundo da cultura e da política.

Estamos passando por um novo processo de alargamento da esfera pública, em um cenário em que as categorias, proposições e ideais da modernidade parecem cada vez mais fragilizados. Em paralelo a expansão do capital na sua fase pós-welfare state, alguns grupos sociais, primeiramente vinculados às atividades acadêmicas e técnicas, incorporaram a comunicação mediada por computador em seu cotidiano e, assim, fizeram as redes digitais encobrirem o planeta. O resultado mais representativo deste processo foi a Internet. Como rede das redes, a Internet, foi desenvolvida pelos seus usuários. Por não estar submetida às hierarquias de uma única empresa ou oligopólio, assegura a liberdade de criação de conteúdos, formatos e tecnologias. A Internet não é um produto, não está pronta e acabada. Nem se limita a um território. No seu interior está o ciberespaço, nele está um novo espaço desterritorializado que exigirá a construção de uma nova esfera pública e de novos direitos.

É interessante notar que a Internet produziu uma cultura digital em escala mundial. Não estava dado, nem decidido que o digital rumaria para as redes. Bill Gates zombava da Internet, apostava nos Cds, nas enciclopédias fechadas, nas compra do copyright de tudo que acreditasse poder vender. Não por uma determinação natural, mas pela dinâmica própria dos grupos de usuários da comunicação em rede, pelas práticas colaborativas de sua vanguarda de recombinaidores, principalmente pelo esforço dos hackers, a Internet venceu e trouxe todos para o ciberespaço.

No ciberespaço, no mundo das redes digitais os intermediários estão em péssima situação. Por exemplo, a indústria fonográfica podia ter sentido no cenário industrial. Aparelhos caros para gravar, estúdios caros para pensar o master, uma verdadeira indústria para reproduzir a música em vinil ou CD, além disso, era necessário uma grande estrutura logística de distribuição dessas mídias pelas lojas espalhadas pelo país. Atualmente não tem sentido nem produzir nem distribuir músicas para CD. A Internet, o My Space, o Jamendo, as redes P2P, são a melhor forma de disseminar música, de tornar um conjunto ou artista conhecido, de adquirir reputação. Está acabando o papel da gravadora, do peso das Rádios, do famoso “jaba”, na formação dos gostos. Não é a pirataria que está retirando renda das gravadoras, é a diversidade de opções que proliferam nas redes. Somente no repositório de músicas Jamendo (<http://blue.jamendo.com/pt/>) temos mais de 6142 álbuns publicados em licença Creative Commons e mais de 220 mil membros ativos, a maioria músicos.

Os gatekeepers da notícia também estão em questão. A palavra jornal que vem do latim *diurnalis* e lembra diário, jornada de um dia, deixa claro que a imprensa terá cada vez mais dificuldades em um mundo conectado. O tempo das notícias no mundo das redes não é baseado na jornada do mundo industrial. Um tanque norte-americano atacado nas montanhas do Afeganistão pode ser noticiado quinze minutos depois. Menos? Dez minutos? Uma declaração bombástica de alguma autoridade ilustre pode causar impactos

quase que imediatos. O tempo e a velocidade do impresso não consegue acompanhar o ritmo imposto e exigido pelo capital financeiro. Os investidores apostaram nas redes informacionais e exigiram um ritmo do capitalismo informacional que desabilitou o jornal impresso como veículo de informação. A velocidade da rede é a velocidade da postagem daqueles que noticiam.

Na rede todos podem postar. O que é notícia? Noticiar é uma atividade que somente pode ser desempenhada por um profissional capacitado para transformar seu olhar ou veredicto sobre um fato ou conjunto de fatos em algo publicável e socialmente tido com verdadeiro? Eu posso noticiar algo em meu blog? Comentar um acontecimento é apenas tarefa para um direitoista e plantonista da Globo como Arnaldo Jabor? Ou outros direitoistas e esquerdistas podem comentar com muito mais propriedade e profundidade? Notícia não é comentário. Certamente toda notícia traz algum juízo de valor, mas seu epicentro é o relato verdadeiro de um conjunto de fatos. Na rede, tanto a notícia quanto o comentário podem ser desempenhados pelos cidadãos em seus sites, blogs, fotologs, e nanoblogs, tal como o Twitter. O gatekeeper é, ainda bem, desnecessário.

Quem quer acompanhar, por exemplo, a área de tecnologia de informação deve formar sua lista de blogs indispensáveis e assinar seu RSS. Quem quer cobrir o que está acontecendo em outras áreas precisa saber quais são suas principais listas de discussão, fóruns e blogs. Atualmente é impossível acompanhar com o mínimo de profundidade qualquer tema deixando de lado, os blogs de especialistas, empresas e comunidades. Nesse sentido, a rede subverteu o papel tradicional do jornalista. Ele agora, terá que ser um comunicador que disputa a construção da notícia com diversos cidadãos não-especializados em comunicação, mas nem por isso, menos comunicadores. Na rede, a reputação dificilmente poderá ser imposta, a audiência vem do mérito de cada postagem.

As dificuldades dos jornais, são as dificuldades da esfera pública em um ambiente de redes. As democracias dependem de uma esfera crítica. A Internet é uma rede de comunicação transnacional. Ao invés disto ser um empecilho, pode ser o princípio da articulação de uma esfera pública transnacional. Uma esfera pública que cria um sentimento supra-nacional, de uma cidadania mundial para temas cada vez mais interligados. A blogosfera, hoje tipicamente intimista, específica, comportamental, é também cada vez mais política. Esta diversidade é fundamental para construirmos uma nova esfera pública, onde o peso dos grandes grupos de comunicação e a indústria do entretenimento tenham que disputar espaço com os cidadãos-publicadores. Para isso, a Internet precisa continuar livre.

AMAZÔNIA, ASSIMETRIAS E COMUNICAÇÃO

Narciso Freire Lobo

Data de publicação: 19/12/2007

... o homem, ali, é ainda um intruso impertinente.
Chegou sem ser esperado nem querido –
quando a natureza ainda estava arrumando
o seu mais vasto e luxuoso salão.
E encontrou uma opulenta desordem...
(Euclides da Cunha)

Euclides da Cunha (1866-1909), quando de sua passagem pela Amazônia, entre o final de 1904 e 1906, em plena efervescência do Ciclo da Borracha, escreveu um dos textos mais contundentes sobre a vida do seringueiro, aquele homem, que, fugido das secas do Nordeste, veio para a região, em busca da redenção, e aqui encontrou o trabalho escravizante, capaz, no entanto, de produzir a riqueza e a ostentação de algumas poucas famílias. Trata-se de “Judas-Asvero”, relato sobre o Sábado de Aleluia numa comunidade de seringueiros do Alto-Purus. Aqui, por certo, está o jornalista, na completude de sua sensibilidade social, aliada à descrição minuciosa: “... Certo, o redentor universal não os redimiui; esqueceu-os para sempre, ou não os viu talvez, tão relegados se acham à borda do rio solitário, que no próprio volver de suas águas é o primeiro a fugir, eternamente, àqueles tristes e desfreqüentados rincões.”

Feitas estas considerações, ele narra a preparação do Judas:

Faz-se-lhe mister, ao menos, acentuar-lhe as linhas mais vivas e cruéis; e mascarar-lhe no rosto de pano, a laivos de carvão, uma tortura tão trágica, e em tanta maneira tão próxima da realidade, que o eterno condenado pareça ressuscitar ao mesmo tempo que a sua divina vítima, de modo a desafiar uma repulsa mais espontânea e um mais compreensível revide, satisfazendo à saciedade as almas ressentidas dos crentes, com a imagem tanto possível perfeita da sua miséria e das suas agonia terríveis (p. 264). Depois de pronto...

É um doloroso triunfo. O sertanejo esculpiu o maldito à sua imagem. Vinga-se de si mesmo: pune-se, afinal, da ambição maldita que o levou àquela terra; e desafronta-se da fraqueza moral que lhe parte os ímpetos de rebeldia recalçando-o cada vez mais ao plano inferior da vida decaída onde a credulidade infantil o jungiu, escravo, à gleba empantanada dos traficantes, que o iludiram (p. 266).

E Judas, tal como Asvero, o judeu errante, condenado a percorrer longo caminho rumo ao sacrifício solar, é arrumado numa jangada e despachado, rio abaixo, sob pedradas, tiros de rifles:

E vai descendo, descendo... por fim não segue mais isolado. Aliam-se-lhe na estrada dolorosa outros sócios de infortúnio; outros aleijões apavorantes sobre as mesmas jangadas diminutas entregues ao acaso das correntes, surgindo de todos os lados, vários no aspecto e nos gestos: ora muito rijos, amarrados aos postes que os sustentam, ora em desengonços, desequilibrando-se aos menos balanços, atrapalhadamente, como ébrios; ou fatídicos, braços alçados, ameaçadores, amaldiçoando; outros humildes, acurvados num acabrunhamento profundo; e por vezes, mais deploráveis, os que se divisam à ponta de uma corda amarrada no extremo do mastro esguio e recurvo, a balouçarem, enforcados... à mercê das correntes, de bubuia sobre as grandes águas (pp. 266-267).

Embora não mencione explicitamente, Euclides pode ter se inspirado em poema homônimo de Castro Alves, com a diferença do acento social: enquanto o poeta de Espumas Flutuantes se referia à solidão do gênio incompreendido, a partir da figura do Judeu Errante, Euclides denunciava, com todas as letras, a escravidão e o degrado. Só

mais recentemente, por meio das minisséries brasileiras, o grande público tomou conhecimento desse período, através de Mad Maria (2005), baseada na obra homônima de Márcio Souza, e Amazônia: de Galvez a Chico Mendes (2007).

Por trás dessa história social e cultural bastante complexa, esteve sempre o véu da desinformação. Esse grande espaço, mais de 50 por cento do território brasileiro, quando se considera a idéia de Amazônia Legal; e mais amplo, quando se leva em conta os critérios fitogeográficos, a partir dos quais a Amazônia se expande por áreas territoriais da Venezuela, Colômbia, Bolívia, Peru, Equador e Guianas, constituindo o que se conhece como Pan-Amazônia, ou Amazônia Internacional, pouco, muito pouco, se conhece, além de slogans e chavões. Infelizmente. Foi necessária a ameaça concreta do aquecimento global e da destruição da natureza, nos quatro cantos do planeta, para que a Amazônia, também ela, bastante sacrificada pelo paradigma desenvolvimentista, ainda em voga, passasse a ser olhada; embora, diga-se, com olhos ainda obnubilados: ora, pelas idealizações (paraíso, celeiro do mundo, pulmão, etc) ou pelas demonizações (inferno verde, etc), ambas trazendo as marcas do exotismo.

Recentemente, quando tive a chance de participar de um encontro no qual estava presente a tele dramaturga Glória Pérez, autora do roteiro de Amazônia: de Galvez e Chico Mendes, perguntei-lhe sobre a razão de a região ter permanecido tanto tempo fora do Mapa Tele ficcional brasileiro. Ela respondeu de maneira sincera e direta: “tecnológica”. E acrescentou: “como seria possível, anos atrás, levar equipamentos sofisticados e pesados para gravar uma série?” Lembrou, inclusive, o fracasso da Rede Manchete, quando tentou realizar a telenovela Amazônia, na década de 1980, sob a direção de Tizuka Yamazaki.

Feitas estas considerações, como pensar, no mundo interligado em rede, para usar expressão de Manuel Castells, a possibilidade de uma comunicação de dupla mão? Historicamente a região foi visitada por sábios e cientistas, que colheram suas impressões, e “inventaram” diversas Amazônias, a partir de pressupostos e conceitos prévios; em poucas ocasiões, no entanto, até como decorrência do modelo de comunicação vigente, a região falou de si; no lugar de falar, tem sido “falada”. Algo como um discurso “de fora”, que de tão repetido, foi internalizado e que penso ser meu...

No plano do jornalismo cultural, vale mapear algumas iniciativas marcantes nesta contracorrente: na década de 1920, três revistas, Redempção, Equador e A Selva, sob a inspiração da Semana de 22, buscaram estabelecer uma fala a partir do isolamento e da decadência econômica, depois dos anos áureos da borracha, sob o domínio da libra esterlina. E, no cinema, um português, Silvino Santos, documentando, e paralelamente, inventando o cinema na região. Já na década de 1950, jovens reunidos no entorno de um boteco, conhecido como Café do Pina, criaram o Clube da Madrugada, antecipando o Brasil popular, crítico e sedento por expressar-se; aqui teve início processo de tal forma rico e complexo, que uma geração depois, nos dias de hoje, tem gerado boa quantidade de criadores, dois dos quais conseguiram romper as barreiras do isolamento e da comunicação de mão única, Márcio Souza e Milton Hatoum, extremamente diferentes entre si.

Por fim, a alegria desses tempos que se esboçam; mas ciente de que ainda a Amazônia, indígena e multicultural, é apenas uma mancha inexpressiva no acesso a essa nova tecnologia, que é a internet, assim como no acesso à escolaridade e à leitura. Mesmo com as iniciativas aqui inventariadas, não se pode ser ingênuo: esta sociedade em rede tanto é capaz de aprofundar as desigualdades, homogeneizando e multiplicando subjetividades empobrecidas e desesperançadas, a exemplo do relatou Euclides da Cunha, como fazer emergirem possibilidades inusitadas, capazes de conduzirem a uma



comunicação verdadeiramente simétrica, seja no plano das relações, mediadas ou não, entre os diferentes povos da Amazônia, seja entre diferentes regiões. Que tal a tarefa de entender melhor essa “opulenta desordem”?

[1] Citações extraídas do volume I das Obras Completas, José Aguillar Editora, Rio de Janeiro, 1966.

PERGUNTAS E MAIS PERGUNTAS SOBRE JORNALISMO CULTURAL

Mário Villas-Boas

Data de publicação 15/01/2008

Neste texto sobre jornalismo cultural, integrado a outros já difundidos e aos que advirão dentro da presente proposta temática, é permitido expressar dúvidas, a começar por esta da primeira frase, ao invés de justapor certezas pessoais e alheias?

Sem esperar pela primeira resposta, existe realmente o que pensamos entender por cultura? Subsiste o jornalismo? Apenas como hipótese, se a cultura desaparece e o jornalismo transmuta-se em qualquer coisa, menos a essência legitimatória da atividade, como podemos pensar em jornalismo cultural? Quanto mais praticá-lo?

Retrocedamos ao milênio, ao século e à década passados. Em algum dia qualquer de um agosto definido, busquei no órgão público municipal responsável pelo controle de trânsito as providências para o fechamento dominical de importante via em Porto Alegre (RS) para mais uma edição anual, no outubro vindouro, da Festa da Criança na Avenida.

Evento comunitário, ao ar livre, sem cobrança de ingressos, com dois palcos onde se alternariam, durante horas, grupos locais de canto e dança. Nas imediações, algumas dezenas de barracas servindo lanches com renda revertendo para clubes de mães, de pais e mestres, entidades assistenciais, de escoteiros, entre outros segmentos organizados da sociedade.

Cerca de oitocentos metros da avenida seriam fechados para o tráfego de qualquer coisa sobre rodas que não fosse bicicleta, triciclo, patins e afins. Quatro a cinco centenas de voluntários na organização e nas apresentações artísticas para público estimado em vinte mil a vinte e cinco mil participantes - e não assistentes.

O funcionário pegou o ofício, leu atentamente e informou que seria analisado para verificar se poderia haver autorização. Foi necessário alertá-lo de que a entidade comunitária que eu representava na oportunidade, coordenadora de toda a iniciativa, não estava ali para perguntar se podia. Estava, isto sim, para informar que faria, e quando o faria.

A tese desenvolvida então é que a Prefeitura não era proprietária daquele espaço público. Até porque aí ele não seria público... Ela gerenciava um bem coletivo que, um domingo por ano, era, por tradição, subtraído de carros, ônibus e caminhões.

Um jornal do bairro, providencialmente levado, permitiu evidenciar a importância da Festa da Criança na Avenida para quem não a conhecia. A licença saiu, o trânsito foi desviado dois meses mais tarde - estávamos em agosto e aconteceria em um domingo de outubro, lembra? - e tudo correu como esperado.

O evento festivo resumido acima pode ser considerado uma manifestação cultural? Não pode? Nem se pensarmos que se trata de uma afirmação orgânica da comunidade envolvida? Dela surgida e por ela coordenada? O bailado de crianças de uma escolinha de dança - apresentando no palco o Bolero, de Ravel, por exemplo, - não é expressão cultural? É uma forma menor de arte? Devemos confiná-lo ao gueto do lazer, quem sabe da educação socializadora, mas nunca da Cultura com cê maiúsculo?

Quando nos livraremos da arrogância cultural e da sua manifestação mais perversa - pois dissimulada - que é a falsa humildade cultural?

A notícia veiculada no jornal do bairro era jornalismo cultural? Ou simples relato noticioso de atividade comunitária? Poderia ser ambos?

A cobertura pela imprensa do jogo de futebol é jornalismo esportivo? A da do dia do pleito é jornalismo político? A do café da manhã quando o empresário anuncia novos investimentos é jornalismo econômico? A da troca de tiros na subida do morro é jornalismo policial? Uma com outra, outra com umas ou até mesmo todas juntas, não poderiam integrar texto único, convergente, transversal, tangenciando aqui, atravessando ali, que mostrasse o quanto é tola a busca de compartimentação em um mundo de realidades complexas que só pode ser tentativamente expresso por pensamentos idem?

Quem atribui a nós, jornalistas, o direito divino da definição do que seja mais, menos ou ausente de cultura, decisão caracterizada pelo espaço e tempo proporcionais que dedicamos e/ou pela crítica pretensamente arrasadora ou laudatória?

Seria o diploma? Mas muitos dentre nós não reconhecem a necessidade da graduação para o exercício das práticas umbelicalmente ligadas a ideais traduzidos por condutas éticas que convencionamos chamar de jornalismo.

Seria a autoria cumulativa de conteúdos difundidos anteriormente por plataformas midiáticas e, face à qualidade, coerência e isenção - avaliadas por quem? -, reconhecida como merecedora de credibilidade?

Seria o reconhecimento dos pares sobre aquele que é ímpar? O fruto do carisma pessoal, o amparo de grande circulação ou audiência? O testemunho incensador do mito incontestado, amigo de longa data? Ou uma postura impávida, tipo “cumpro minha missão e não estou nem aí para a crítica da minha crítica”?

Qual o motivo de ainda insistirmos com o conceito de “formadores de opinião” quando somos, tão somente e felizmente, apenas repassadores da opinião própria ou da de terceiros? E por que necessitamos tecer uma aura de intangibilidade que nos permita flutuar sobre o comecinho e o comecinho do importante?

O quê de produtivo para o debate surge de um jogo de palavras como o proposto pela sentença anterior? Quantas vezes a falta do que dizer é mascarada pelo estilo elegante, pelo hermetismo vocabular, ou por chistes, pilhérias, motes, motejos, facécias, galhofas e quejandos?

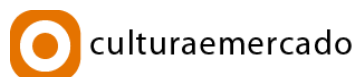
Se liquidificados, pouco resta de incontáveis textos do jornalismo cultural e, dos que sobram, expressiva parte ainda revela-se melancolicamente incompleta frente à possibilidade que estava descortinada antes da primeira capitular ser aposta.

Aí, quem capitula é o receptor.

O ponto anterior é o 5.664º caracter (com espaços) dos seis mil solicitados. Cumpre, portanto, encaminhar o fechamento destas considerações, não sem antes agradecer pela paciência dos que até aqui chegaram e, especialmente, a quem leu mais nas entrelinhas do que nas próprias.

Invejo, genuinamente, a quem tem respostas. Não as encontro, até porque muito me custa formular perguntas.

Parafraseando o pensador espanhol, eu sou eu e minhas perplexidades.



Reconheço algum (enorme?) distanciamento entre a propositura original deste texto e o efetivamente apresentado.

Lamento tolher expectativas porventura existentes. Mas, em havendo debate, poderei recuperá-la.

De momento, é o que tenho a dizer sobre o jornalismo cultural. Na falta momentânea de apoio latino especializado, arrisco-me a garantir de memória que quod scripsi, scripsi. In claris non fit interpretatio.

OS DILEMAS DO JORNALISMO LITERÁRIO NO BRASIL

Marcio Souza

Data de publicação: 29/01/08

O grande drama do jornalismo literário no Brasil é que jamais se tentou criar um mercado de leitores no país. Daí a pergunta: para quem se dirige o jornalismo literário? País com baixa densidade de leitores, o mundo literário não passa de uma ficção, de terreno para viagens egocêntricas.

O livro, mesmo nos momentos em que a literatura foi tratada com desconfiança e os escritores mandados à prisão ou ao exílio, sempre foi cultuado como instrumento abstrato de cultura e tratado como objeto de veneração. O resultado desse exagerado respeito pelo livro, ao contrário do que se deveria esperar, não foi o aumento do número de leitores. Os bons sentimentos pelo livro não passavam de cortina de fumaça para encobrir ações que promoviam arraigados preconceitos culturais e certa visão extremamente frívola do ato de escrever e publicar livros.

Enquanto em certos países o livro ganhava a condição de produto vendável, de mercadoria, com a conseqüente formação de mercados literários, na América Latina o fenômeno se limitava - e apenas em alguns momentos e em algumas contingências - a certos países maiores, dominando a idéia de que a um homem de letras era vergonhoso e impróprio obter remuneração por seu trabalho literário. Assim, no lugar do livro como produto comercial, institucionalizou-se o livro como capital social. Ou seja, não se escrevia para os leitores que compram nas livrarias, mas para constar de um currículo capaz de servir de lastro nas negociações sociais. Num quadro como este, o jornalismo literário não poderia ter outra função que sustentar as ilusões.

Os mais nostálgicos relembram os tempos da crítica de rodapé, os suplementos literários e os cadernos de livros de fim de semana. Todas essas janelas de exposição e reflexão crítica sobre a produção literária desapareceram no Brasil a partir dos anos 80. Praticamente os jornais aboliram ou reduziram drasticamente o espaço para a publicação de resenhas de livros, e cessaram de pagar os autores das resenhas. A situação é tão grave que a credibilidade das resenhas publicadas caiu aos níveis mais baixos, já que quase sempre os comentários e críticas estampados nos jornais foram previamente encomendados e pagos pela editora, ou pelo autor. Neste quadro, em que se reduziu ao mínimo o espaço de publicação, mesmo as resenhas de alguns jornais, que ainda contratam resenhistas, pecam pela superficialidade e sectarismo. A revista VEJA e o jornal FOLHA DE SÃO PAULO, por exemplo, trabalham com um enorme ressentimento em relação à produção cultural brasileira, e a literatura em particular. Preferem a abertura de espaço para autores estrangeiros e para a sedução da indústria cultural, que se debruçar com honestidade sobre os livros de autores brasileiros. Como a indústria editorial é omissa na questão da publicidade, sempre agindo com extrema timidez ou se eximindo completamente, os jornais, por sua natureza empresarial, tratam o espaço literário com extremo solipsismo e um perverso voluntarismo. O solipsismo está na preferência de editoras e autores com capacidade de auto-promoção. O voluntarismo vem da pouca idade e da pouca experiência dos jornalistas, que no afã de ser moderno e antenado acabam perfilando a velha e desbotada igreja. No meio do jornalismo cultural há mais igrejas que no mundo da religião.

Para completar, os próprio autores colaboram para a manutenção deste sistema grotesco. Por que embora se tenha produzido uma literatura de alta categoria, com grande penetração internacional e prestígio nas academias, isto pouco significou em termos de

mudança na perspectiva de profissionalização dos escritores, muito menos na ampliação do mercado interno brasileiro. A precariedade do ofício fez com que a maioria dos escritores se tornasse dependente de algum meio de subsistência extra-literária. E não deixa de ser irônico que o país que elevou a retórica da literatura livre ao sublime tenha uma imensa lista de escritores amanuenses, escritores diplomatas, escritores burocratas, escritores professores...

Também Brasil a ilusão da arte pura e o culto ao beletismo vem impedindo que os escritores considerem o seu ofício como uma profissão, ou mesmo se pensem como um profissional. Assim, para que um escritor brasileiro possa desenvolver o seu ofício, seja ele prosador ou poeta, será sempre necessário que ele esteja vinculado a um emprego, de preferência no governo, ou à uma Universidade, isto é, que ele tenha uma fonte segura de renda. Prossegue neste começo de novo milênio tão cioso das urgências do mercado capitalista, o velho mito sacrossanto de que as coisas do espírito, como a literatura, não têm nada a ver com dinheiro. É um mito piedoso, que serviu no século XIX para melhorar a posição dos escritores nas sociedades oligárquicas, que sempre consideraram Arte como coisa de ociosos e vagabundos. Aliás, diga-se de passagem, este discurso despistador nunca passou de discurso para a maioria dos escritores realmente talentosos. Na prática, a produção literária funciona bem ao contrário do mito, e não foi por acaso que a consolidação do princípio dos Direitos Autorais começou justamente no século XVIII, na Europa, com o sucesso cada vez crescente dos romances populares. Por outro lado, países como os Estados Unidos, Inglaterra, França, etc., estavam atravessando o processo de criar um público de leitores, uma audiência para espetáculos, enfim, um mercado de entretenimento.

É claro que havia quem destoasse. Alguns até mesmo de forma extrema, como a poeta Emily Dickinson, uma vocação totalmente introspectiva, que escrevia uma poesia tão íntima que ela não desejava que fosse lida por mais ninguém. Dickinson considerava sua poesia algo tão pessoal, que dispensava leitores. Mas o exemplo de Dickinson não serve de argumento para os defensores da «literatura pura». Primeiro, porque ela chegou a mandar seus poemas para um leitor, o escritor Thomas Wentworth Higginson, pedindo-lhe uma opinião editorial. Higginson era um homem de muitos contatos literários, contribuía em jornais e até escreveu um conhecido artigo oferecendo conselhos e encorajamento aos jovens escritores que queriam se tornar profissionais. À Dickinson ele respondeu com uma carta tecendo críticas ao que ele considerava hermetismo, mas externando alguns elogios, e seria o único leitor que a poeta teria em vida. Mas ainda que não existisse essa prova de que Emily Dickinson tentou escapar do isolamento, ela jamais serviria de paradigma do escritor puro, desinteressado, que se recusa a comercializar seu talento e sua arte. Dickinson foi um caso bastante radical de recusa, bem distante do discurso purista mas que não hesita em muitas vezes pagar do próprio bolso a publicação da obra, participar de noites de autógrafa e de entrevistas. Ritual que acaba com a adição do título ao currículo. Embora Emily Dickinson tenha talvez escrito os mais perfeitos poemas dos Estados Unidos no século XIX, a sua recusa em ingressar no mercado não serve como lastro para sancionar o discurso da literatura pura como missão, porque ela ao recusar o leilão público de sua mente, também nunca usou a literatura como capital social.

É justamente nos Estados Unidos que melhor se reconhece o esforço dos escritores para elevar o status do trabalho literário. Benjamin Franklin, por exemplo, praticamente criou sozinho a categoria, o mercado e os leitores, fundando solidamente uma tradição que logo teria seguidores do porte de um Washington Irving ou Emerson. É surpreendente para um latino-americano observar como Benjamin Franklin construiu as bases necessárias para os autores manterem sua autonomia, livres dos desdobramentos do Poder. E a única possibilidade de defender esta autonomia era ter como aliado um número significativo de leitores.

Outros países, como a França, atravessaram caminhos distintos para a construção de seu mercado editorial. Mas em todos aqueles países, os agentes principais, ou seja, autores e editores, logo se deram conta da importância de dar identidade ao mercado, reconhecendo-o como um espaço da criação literária, distinto dos espaços da Academia e das carreiras públicas. O jornalismo literário nesses países se consolidou e respondeu a esta realidade concreta.

Não é por nada que justamente em países como os Estados Unidos, a França, e a Espanha, o jornalismo cultural esteja vivo e cada vez mais profissional e respeitado. Vale a pena abrir todas as semanas o New York Times Book Review, os suplementos dos jornais franceses e o magnífico caderno semanal do El País. É claro que o jornalismo de lá também abre espaço, talvez até com mais generosidade, para as fofocas e factóides da indústria cultural, mas as páginas dedicadas às artes gozam de grande credibilidade e respeito. Uma resenha na revista The New York significa que naquela semana aquele livro vai vender 5.000 exemplares só nas livrarias da cidade. Nem por isso o corpo editorial do The New York vai aceitar um garoto arrogante que acabou de sair da escola de comunicação e nada sabe de jornalismo na prática, muito menos se deixar levar pelo solipsismo e pelo voluntarismo. Convido o leitor deste artigo a abrir uma edição recente do suplemento do El País, e verificar o currículo dos colaboradores.

A indústria editorial brasileira tem grandes potencialidade, mas por outro lado é arcaica na sua ponta comercial, na medida em que conta basicamente com vendas diretas de livros ao consumidor através de livrarias, utilizando o sistema de distribuição quase que como único meio de escoar a produção, quando em alguns países as livrarias representam apenas 20% das vendas de livros. Para completar, é uma indústria situada num país em que 30% da população é de analfabetos absolutos que vivem abaixo da linha de pobreza, e onde 70% da população economicamente ativa não está instrumentalizada para espontaneamente consumir livros, para não falar das políticas públicas que confundem aquisição de acervos para atualização de bibliotecas com campanhas de doações indiscriminadas de livros descartados. Ou seja, o Brasil é um dos piores consumidores de livros. E só poderia sustentar um dos piores jornalismo literário do planeta.

A RELAÇÃO ENTRE A CULTURA E O DIREITO

Francisco Humberto Cunha Filho

Data de publicação: 06/02/08

“Como pode o peixe vivo viver fora da água fria?”
(Folclore brasileiro)

Falar sobre Cultura e Direito pressupõe encontrar o ponto inicial do encontro entre ambos, pois não há relação sem algum tipo de contato. É conveniente (e até divertido) conjeturar para saber qual dos dois surgiu primeiro.

Para um partidário da primazia da cultura, que a entenda sob o prisma antropológico, o surgimento de “Adão” teria lhe determinado o início, sendo ela, portanto, anterior ao direito; isto porque, estando o primeiro homem isolado, nenhuma relação com outro poderia ter, o que tornaria dispensável e inócua a existência do direito, cujo grande objetivo é disciplinar as relações entre as pessoas. Somente após a criação de “Eva”, segundo este entendimento, poder-se-ia falar do campo das normas.

Contra-argumentar a tese exposta não envolveria dificuldades para os que defendem o surgimento do direito, não em momento anterior, mas simultaneamente ao advento da cultura. Estes têm por convicção que também somente se pode falar em cultura nos ambientes em que a presença humana é plural, pois seu sentido de ser reside no aprimoramento, na transmissão e no partilhamento de saberes e fazeres. Sintetizam este entendimento num brocardo: *ubi societas ibi jus*, ou seja, onde há sociedade, há direito.

Ademais, para a eventual persistência da idéia de que o primeiro homem carregaria já, mesmo que isoladamente, a essência da humanidade, da mesma forma que uma única gota d’água é representativa da substância do mais agigantado oceano, com outras correntes jurídicas poderiam argumentar com a idéia de direito natural – aquele que cada humano possui pelo simples fato de pertencer a esta espécie –, ou de direito divino, este muito bem representado pela proibição e previsível castigo, relativos ao assalto cometido contra os frutos da árvore proibida.

O direito, portanto, não tem como reivindicar anterioridade à cultura, mas é razoável que queira ser seu contemporâneo e, mais, que busque provar uma relação tão intensa, ao ponto de lembrar o mito dos gêmeos que sentem os reflexos um relativamente ao outro, por atos individualmente praticados. É dizer: o que se faz na cultura, repercute no direito e vive-versa.

O entendimento desta íntima relação gerou, por exemplo, a idéia de culturalismo jurídico, no cerne da qual o direito só pode ser adequadamente compreendido se observadas as variantes fato-valor-norma. Isto traduz o entendimento de que as prescrições jurídicas adquirem significado real quando interpretadas de modo a que sejam sopesados os eventos sobre os quais atuam, bem como a importância (o valor) que sobre eles – fatos e prescrições – jogamos. Em palavras a todos acessíveis: o direito depende da cultura que o cerca.

Por outro lado, não se podem desconhecer elementos como força, vanguarda e conservadorismo, presentes nos arredores do mundo jurídico, o que provoca, não raro, movimentos de choques, indutores da conclusão inversa: a cultura sofre as influências do direito.

Tais movimentos acontecem porque esta condição de gêmeos siameses, como é previsível, oscila entre o conformismo frente às coisas que não podem ser mudadas, até a extrema rebeldia ao sentimento de opressão que a presença perpétua de um provoca na existência do outro. Por isto, com insistente freqüência, cultura e direito também se digladiam, cada um buscando seu reinado absoluto, tentando reservar ao “oponente”, quando muito, a condição de serviçal. A cultura, por vezes, almeja aniquilar a vitalidade do direito quando, argüindo hábitos consolidados, tenta petrificar o modo de viver. O direito, por seu turno, reitera, de tempos em tempos, a prática de aprisionar e amordaçar a cultura, sob o esdrúxulo fundamento de que ela carrega em seu âmago o vírus destruidor da coerência e da pacificação sociais.

Note-se que os encontros e desencontros referidos contemplam as idéias de direito e cultura em suas dimensões as mais abstratas e gerais. Um plano mais específico, porém, deve ser focado, qual seja, o âmbito de atuação dos órgãos públicos de cultura, gerenciadores das políticas atinentes às artes, à memória coletiva e à transmissão dos saberes. Neste domínio, observa-se um crescente aumento de criação de normas, o qual reflete a importância da cultura em muitas searas, desde aquelas atinentes ao aprimoramento dos espíritos, até as do desenvolvimento econômico.

A criação de tantas normas merece o particular questionamento sobre sua conveniência, adequação e utilidade para a cultura, um campo cujo principal signo de regência, segundo nossa Constituição, está no âmbito do permitido: “é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença” (Art. 5º, IX). Esta preocupação, aliás, figura no pensamento de Norberto Bobbio, que enxerga uma proporcionalidade inversa, na fórmula “quanto mais direito, menos liberdade”, querendo com isso dizer que na mesma intensidade com a qual o Estado legisla, obrigações são criadas, e, por conseguinte, restringe-se o raio de escolha das pessoas.

A advertência, no entanto, precisa ser contextualizada: a liberdade cultural protegida pela Constituição brasileira assenta-se, sobretudo, nas atividades que envolvem as idéias de criação e expressão, as quais, diante da carência de recursos, tornam-se credoras de meios materiais, inclusive pecuniários, para que se materializem. Esta atuação corretiva das desigualdades constitui responsabilidade do Estado que, para desempenhar seu papel, precisa de ferramentas adequadas, estando a lei dentre as principais. É por isto que quanto mais avança a idéia democrática, na mesma intensidade realiza-se a persecução do combate às desigualdades materiais, a partir da atuação do Estado, o qual somente pode agir nos casos em que está autorizado pela lei (princípio da legalidade), razão pela qual as normas se avolumam. Portanto, a legislação cultural produzida somente merece reprimenda se e na medida em que afete as liberdades de criação e expressão; devendo, em sentido oposto, ser aplaudida, quando cria instrumentos favorecedores de tais ações.

Por outro lado, o reconhecimento da necessidade criar todo um corpo normativo em função da cultura pressupõe que se entenda, primeiramente, o conceito jurídico de normas programáticas, precisamente aquelas que, mesmo estando na Constituição, para produzirem efeitos materiais, necessitam de duplo movimento: um do legislador, para autorizar a atuação do Estado (editando a lei), e outro do administrador, para realizar a referida atuação (aplicando a lei).

Grande parte das prescrições constitucionais sobre cultura, como “o Estado garantirá direitos culturais”; “protegerá culturas populares”; “estabelecerá incentivos”, etc, é de natureza programática, e por esta razão, somente saem da folha de papel (Lassalle), da letra fria da lei, para o mundo dos fatos, com a edição e aplicação de normas do tipo das aqui relacionadas.

Vê-se, portanto, serem inseparáveis o direito e a cultura, como inevitáveis os choques entre ambos, mas também mutuamente dependentes, em dimensão análoga à do peixe vivo e da água fria.

OS EQUÍVOCOS QUE ENVOLVEM A ARTE E O ENSINO

Maria Benites

Data de publicação: 19/02/08

Hannah Arendt, em seu livro *A Condição Humana*, diz no capítulo “A permanência do Mundo e a Obra de Arte”:

“Entre as coisas que emprestam ao artifício humano a estabilidade sem a qual ele jamais poderia ser um lugar seguro para os homens, há uma quantidade de objetos estritamente sem utilidade e que, além disso, por serem únicos, não são intercambiáveis, assim sendo, não são passíveis de igualação através de um denominador comum como o dinheiro; se expostos ao mercado de trocas, só podem ser apreçados arbitrariamente. Além disso, o devido relacionamento do homem com uma obra de arte não é “usá-la”, pelo contrário, ela deve ser cuidadosamente isolada de todo o contexto dos objetos de uso comuns para que possa galgar ao seu lugar devido no mundo ... a arte assim sobreviveu magnificamente à sua separação da religião, da magia e do mito”.

Isso implica dizer que toda e qualquer utilidade que tenha a Arte transforma-a em arte. Radical? Sim, muito, porque a necessidade de sobrevivência de uma cultura também é radical. A Arte só sobreviverá se são atendidas as suas especificidades.

Quais seriam estas especificidades? A nosso ver, o atributo principal da Arte é a liberdade do artista, se ele não é contemplado pela sociedade como alguém imprescindível, possivelmente essa sociedade perca ou mutile o que de mais valioso tem: as economias mudam e seus sistemas de poder também, os acumuladores perecem e é claro que para o futuro longínquo só sobrar a Arte, se ela conseguir sobreviver. Mas a arte comercializada, estruturada, definida como arte, essa não sobreviverá.

A Arte precisa ser concretizada em objetos para materializar-se como idéia e poder perpetuar-se no futuro, a Arte materializada pode ser vista somente como objeto e transformada em mercadoria, podendo ser comprada e vendida, como se pudesse se comprar Arte, liberdade ou felicidade!

A Arte não é instrumento para nada, nem objeto de consumo, é como a Filosofia, ambas são os níveis de entendimento mais elevados (não hierarquizados) que uma sociedade tem sobre si mesma.

Logo, seria a figura do artista a que tem que ser valorizada, não a do professor de arte, do curador, do crítico ou do jornalista. Como se arte pudesse ser ensinada ou convertida em objeto de consumo. Se ensinar Arte fosse possível poderia se ensinar talento, criatividade. Segundo Gregory Bateson, este nível de comunicação com respeito à Arte, Amor e Felicidade (ensino, crítica, descrição da arte são formas de comunicação), é nada mais nada menos do que uma situação de double-bind, ou seja, um grave problema que conduz a esquizofrenia quando não se pode sair desse sistema doente de comunicação, explico melhor: se eu digo para o outro: seja criativo! aprenda! me ame! seja livre! isto é Arte! Estou dizendo ao outro que os meus padrões são os corretos para sentir, pensar e amar, o que possivelmente devido à natureza humana, que é única e irrepitível, seja um verdadeiro terror ou início de uma tirania muito perigosa, tão intolerável que o único refúgio é a esquizofrenia.

Por isso, devemos insistir que Arte é assunto de Estado, entendendo o Estado como a instância máxima da organização social, contrariamente ao mercado, que, para mim, é a instância máxima da desumanização da sociedade.

Deve ser o Estado quem tem que manter o artista, o Estado é que tem que velar porque a Arte não se converta em Mercadoria e porque sejam os artistas os que tem se ocupem da difusão da Arte, abrindo e mantendo os espaços necessários para tal.

Reflitamos um pouco mais: porque a Medicina é cuidada e exercida pelos médicos? porque a Economia pelos economistas e a Justiça pelos advogados? e são médicos, economistas e advogados que cuidam da formação dos mesmos. Não tem economista ensinando cirurgia nem oftalmologista ensinando Direito Comercial.

Se consideramos que a Arte é assunto de artistas e são eles os que podem transmitir melhor que ninguém o que é Arte, criaremos um problema sério de continuidade desta sociedade, para alegria de muitos e infelicidade de poucos.

Acabaria a hierarquização da Arte, acabaria o mercado e seus sacerdócios exercidos por uns poucos escolhidos que jamais tem contato com as periferias onde mora mais do 80% dos seres humanos.

Para o artista, existiria um campo de trabalho enorme, se ele for mantido pela sociedade, se ele for dignificado pelo reconhecimento da relação que ele estabelece entre o passado, o presente e o futuro de cada sociedade na qual está inserido. E se isto acontecer, talvez a sociedade possa mudar. Talvez a liberdade deixe de ser um ideal para transformar-se em um utópico viável, talvez a Arte reprimida possa brincar nas ruas e avenidas e não ser desvalorizadas pelos canais de difusão.

Construir mitos é e será tarefa dos meios de comunicação, destruir mitos também. Numa sociedade utópica os meios de comunicação estariam a serviço da arte e não vice-versa. Hoje, como na Arte, vemos que as notícias tem que pedir por favor para serem noticiadas, porque os meios de comunicação noticiam o que alguém, que nunca sabemos quem é, alguém absolutamente invisível, como o Mercado, este alguém soberano que determina quais notícias serão noticiadas e ordena quais mereceram ser difundidas.

Fato semelhante acontece com os artistas, eles nunca sabem o que os fará famosos, se pertencer a uma coleção famosa ou se, pela sua arte, alcançar o mérito suficiente para ser difundido e/ou convertido em Mito.

Mídia e Fama estão estreitamente ligadas e infelizmente mesquinhos interesses são perpetuados a partir deste sistema que não beneficia ninguém, ainda que garanta lucros a alguns.

Arte fabricada a partir de mídias e mitos termina sendo arte e arte nunca pode ser um negócio, muito menos um bom negócio. Em última instância, é um péssimo negócio para o futuro de uma sociedade.

Por fim, Arte não é objeto, não é mercadoria, não é moda. Arte é Arte, cabe ao artistas nos mostrar o que é a sua Arte e, nela, manteremos a infinitude e estabilidade do núcleo do que é o Humano.

A PERIFERIA DO MERCADO

Fred Zeroquatro

Data de publicação: 03/03/08

Quem acompanha os cadernos culturais dos grandes jornais ou até mesmo os quadros sobre comportamento e cultura dos programas de maior audiência das tvs – abertas ou por assinatura – tem ouvido e lido com muita frequência a expressão “estética da periferia”. Esse fenômeno à primeira vista poderia ser entendido como um grande avanço democrático, ou seja, uma revisão de postura por parte da grande mídia brasileira.

Confesso que tenho avaliado todo esse oba-oba, esse deslumbramento, essa exaltação com certo ceticismo. Acho mesmo que é um misto de oportunismo e hipocrisia, o que move os detentores dos meios, e a motivação última, inconfessa, pode ser essencialmente política. E o pior é que toda a encenação tem contado – como sempre – com a prestativa colaboração de um bom número de artistas e intelectuais do, digamos assim, centro.

Um badaladíssimo e muito talentoso artista plástico e designer gráfico – além de, segundo sua própria definição, “prático na inserção social” – me enviou uma mensagem muito gentil e educada, há alguns meses, convidando-me a participar de um projeto. Na condição de curador de uma espécie de exposição itinerante e interativa, ele solicitava as opiniões de pessoas que atuavam na área. Essas colaborações seriam, segundo ele, impressas num catálogo a ser distribuído durante a mostra.

No final ele dizia: “Achei melhor fazer algumas poucas perguntas para que cada um desse de maneira breve seu ponto de vista sobre este assunto” . Em seguida agradecia, pedia urgência a anexava 8 perguntas sobre o tema “pra você escolher pelo menos 3”.

As que eu escolhi foram estas:

- 1- Qual é a importância da estética que vem da periferia?
- 2- Como você percebe esse movimento de estética que vem da periferia e, cada vez mais, é aceita para o consumo amplo da sociedade?
- 3- Por que o mundo do poder está mais atento à voz da periferia?

E eis como as respondi:

1- No meio da década passada eu escrevi uma música que tinha um refrão inflamado, dizendo “não espere nada do centro, se a periferia está morta/ pois o que era velho no norte se torna novo no sul”. O saudoso Chico (Science) gostou tanto que se ofereceu pra cantar conosco na faixa, que foi lançada em 96, no disco GUENTANDO A ÔIA. Hoje, sinceramente, acho que existe muita embromação neste conceito de “periferia”. Em tempos de internet, MTV, celular praticamente de graça...Acho que em muitas instâncias a insistência em usar a suposta dicotomia centro/periferia é só mais uma forma dissimulada de camuflar a dimensão econômica e histórica do tecido social. Como diria Elio Gaspari, experiente pesquisador da fauna humana da América Latina, o que sempre se deu por essas bandas - e isso não tem mudado quase nada, a despeito dos avanços tecnológicos - foi uma dicotomia real entre CAVALCANTIS e CAVALGADOS. Acho que no momento atual, os Cavalcantis fingem que gostam - e até fazem questão de disseminar – de alguns tipos de estética que vêm de alguns Cavalgados, mas só dos tipos que não oferecem nenhum risco à manutenção da cavalgada...

2- Acho que os donos da mídia latinoamericana estão assustados, e com razão. Basta ouvir com alguma atenção algumas letras de bandas como Racionais MCs ou Faces da

Morte (ou alguns compositores mais radicais de funk underground carioca, que fazem o gangsta americano parecer gospel), para ter certeza de que algo precisa ser feito pra tentar imunizar as periferias contra essas mensagens perigosas. Então que tal massificar Calypso, Calcinha Preta ou Marlboro? Nunca ouvi nem sequer MV Bill numa trilha de novela global...

3-Assim chegamos ao viés político da questão, que é essencial. Em várias regiões da América Latina, temos tendências semelhantes. A ascensão de líderes originários da base da pirâmide (cavalgados chegando ao poder pela primeira vez em séculos!) ou “oportunistas” disseminando um discurso e uma linha programática “populista”. Sem dúvida é um momento de ruptura histórica, que certamente tem reflexos no imaginário simbólico e cultural. Os “magos” do marketing político/eleitoral vêm sofrendo sucessivas - e humilhantes - derrotas nas urnas, justamente por relutarem em admitir que os cavalgados (a imensa maioria) estão cada vez mais arredios ao discurso e à lenga lenga empolada e aristocrática com a qual a elite política vinha se mantendo no poder séculos a fio. Então é natural que a mídia comece a rever seus conceitos...

Ao final agradei muito educadamente a lembrança do meu nome. Fiquei aguardando os convites para a exposição, que aconteceu no Museu de Arte Moderna Aluisio Magalhães (Recife), e ganhou destaque em todos os veículos impressos e eletrônicos locais – assim como já havia ocorrido na versão carioca do projeto. Aguardo os convites até hoje...

Basta tomarmos como exemplo o que acontece com a música “de periferia” atual do Recife, para constatar que não é qualquer periferia que está na moda. As emissoras mais populares e campeãs de audiência tocam muita música “periférica” com letras altamente erotizadas, de duplo sentido, pornofonia pura. Os temas desses hits – os gêneros são variados, indo do pagode ao forró estilizado, passando pelo funk e pelo pseudobrega – são um verdadeiro festival de perversão reacionária, disseminando sexismo, homofobia, racismo e em alguns casos até a mais pura pedofilia. Entretanto, bandas como Devotos (pop/hardcore) e Faces do Subúrbio (rap/hip hop) – verdadeiros ícones da resistência e da consciência social do Alto José do Pinho –, assim como outras tantas que proliferam em morros e favelas espalhados por toda a cidade e que exploram a temática da exclusão e do preconceito de classes, não têm vez no dial.

Essa distorção poderia muito bem ser corrigida se o poder público atendesse a uma antiga reivindicação da classe cultural recifense.

Na década de sessenta, a Câmara Municipal do Recife aprovou, liberou o orçamento e solicitou a instalação de uma emissora de rádio pública. O extinto Ministério das Comunicações chegou a autorizar a concessão, mas o prazo acabou vencendo sem que nada saísse do papel, por falta de vontade política de uma sucessão de prefeitos com postura mais liberal e privatista, reféns do lobby das emissoras comerciais.

No final da década de 90 houve uma mobilização de músicos, intelectuais e artistas em geral pela instalação da Rádio Frei Caneca, inclusive com manifestos públicos e abaixo-assinados. A imprensa cultural, embora constrangida, chegou a acompanhar e dar uma tímida cobertura.

Com a vitória do PT em 2000, a bandeira foi resgatada e abraçada pela gestão do secretário municipal de cultura, e eleita como prioridade no documento final da primeira Conferência Municipal de Cultura, realizada em 2003. Ou seja, é algo que não pode absolutamente ser ignorado.

Agora, o próprio prefeito instalou uma comissão para elaborar um formato para a rádio, mas por conta de alguns impasses mal conduzidos, não se chegou ainda a um relatório. Mais uma vez, corremos o risco de ver essa questão protelada e engavetada.

Curioso é como os cadernos de cultura locais vêm sendo complacentes com a péssima condução dessa bandeira histórica dos artistas, por parte da prefeitura. Afinal, nunca se viu por essas bandas um executivo municipal tão implacavelmente atacado e bombardeado todos os dias por toda a imprensa (essencialmente anti-petista).

A conclusão a que chegamos é que, se nossa imprensa cultural estivesse mesmo tão sinceramente encantada com as estéticas da periferia, não hesitaria em pressionar pela implantação urgente desse e de outros espaços públicos e democráticos de divulgação.

Acho que o exemplo recifense não é de forma alguma isolado. Pelo contrário, é emblemático de um jornalismo cultural politicamente parcial, hipócrita, inadvertidamente elitista e completamente comprometido com as demandas e os interesses dos eternos “cavalcantis” - ou seja, o grande capital privado.

A RESPEITO DOS NOVOS FETICHISMOS VISUAIS

Massimo Canevacci

Data de publicação: 07/03/08

Este artigo examina a comunicação focalizada na proliferação dos novos fetichismos visuais, que se difundem na relação entre bodyscape e location: ou seja, entre os corpos-e-espacos panorâmicos espalhados nas metrópoles comunicacionais. Para retratar esse aumento excessivo de fetichismos é necessário penetrar nas composições imagéticas, sonoras e escritas que exprimem um sentir pluri-sensorial e multi-seqüencial. Tais composições fetichistas são divulgadas por meio de contínuas manifestações de comunicação visual, consumos performáticos, múltiplos sujeitos, sincretismos digitais, difusão sound-scape.

Como conseqüência de tal transformação cultural, deve-se ressaltar a importância crescente dos fetichismos visuais que estão ligados à difusão tanto de tecnologias digitais quanto de estilos corporais. Entre as novas visões do fetichismo e aquelas tradicionais há disjunções que apresentam uma ruptura em relação ao passado. Graças ao complexo fluxo de fragmentação, citação, re-significação, os códigos da cultura visual atravessam e cruzam inúmeras publicidades fetish, muitos artistas contemporâneos (body art), um certo tipo de cinema (Tarantino, Lynch, Cronenberg), todos os sites porno-web, vários estilistas cool, lugares da moda (dress-code), designers metropolitanos, até mesmo a música eletrônica; e, enfim, o panorama total das modificações corporais (piercing, escarificações, tatuagens, etc.)

Assim, é possível dizer que não há atividade expressiva da comunicação contemporânea que não tenha contínuas e perturbadoras referências aos fetichismos visuais. O corpo – seja como corpo vivo (body), seja como corpo morto (corpse) que se expande nas coisas viventes – é o cenário fluido desse novo fetichismo: é a transformação do corpo em bodycorpse (Canevacci, 2007). Um mix híbrido de vida e morte, orgânico e inorgânico. Os resultados são tramas “tecidas” por constantes trânsitos de significados que são interpretados contextualmente, refutando cada simplificação arquetípica ou homologante. É importante fazer um corte transdisciplinar e performático no interior do cenário metropolitano, dentro do qual o fetichismo visual constitui um cenário constantemente móvel (uma “móvel” entre bodyscape e location).

O segredo para o qual se deve voltar a atenção é a comunicação visual digital baseada em um “centro descentralizado” – material e imaterial, reproduzível e aurático – que difunde conflitos, tensões, enxertos. Para examiná-la em suas disjunções e conexões, é preciso repensar as três abordagens clássicas sobre o fetichismo: a colonialista, a marxista e a freudiana. Os novos fetiches digitais se caracterizam por códigos, sinais, perfis que delineiam a “perversa” fisiognômica dos novos produtos imateriais. Os resultados visíveis são fetiches semióticos que ligam em um vínculo duplo o observador e o observado, o orgânico e o inorgânico, o corpo e o produto, a pele e o pixel. Os fetiches visuais se apresentam como novas subjetividades – uma video-subjetividade ou uma videocarne –, com biografias próprias e até mesmo uma biologia transorgânica própria. A transfiguração do fetichismo confirmou o uso da palavra francesa fetish, que atesta uma mudança e um aceleração desse cruzamento entre fetichismo visual, cultura digital e estilos de consumo nos seguintes âmbitos contextuais e empíricos:

a) bodyscape

Bodyscape é o corpo panorâmico que flutua entre os interstícios da metrópole comunicacional. O sufixo –scape persegue acelerações de códigos antes invisíveis que um corpo insere por montagens sucessivas ao longo da própria figuração para construir

fisionomias temporárias. O corpo de um sujeito que se envolve em dress-code é impelido a elaborar novos sistemas perceptivos – novos sensoriais – que exploram as zonas mortas entre aquilo que é conhecido é aquilo que está vindo à tona. O bodyscape arrebatava as zonas mortas quando incorpora fetiches e os transfigura em zonas cosméticas.

b) Location

Location é um lugar-espaço-zona-interstício que caracteriza o transurbanismo contemporâneo, cujos códigos – mais que no design exterior – são significativos no interior: é aqui que o design de cada objeto, a configuração de cada cômodo, sala, corredor, banheiro, nicho, luz-sombra, som-design, etc. acentua ao máximo a percepção de códigos fetish incorporados. O jogo dos dress-code somatizados e expostos à location produz atratores: ou seja, tensões sensoriais que movem sujeitos que vagam nos interstícios metropolitanos. Bodyscape e location são traços ou impressões digitais em um sentido duplo: como indicativos tanto de uma identidade oportuna quanto de elaboradas tecnologias visionárias.

Bodyscape e location exprimem atratores sexuais em um jogo performático com contínuas citações, trocas, inversões, perversões, multiversões, subversões. Ambos são entidades de identidade fluida que não têm um gênero (masculino-feminino), um lugar (público-privado), uma ontologia (orgânico-inorgânico), uma moral (bem-mal), uma dicotomia (natureza-cultura), uma hierarquia (alto-baixo). A força de tais atratores não é opositiva (ao poder), mas percorre os territórios do outro.

c) dress-code

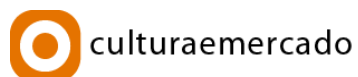
Dress-code inclui uma pragmática do corpo que se modifica através de contínuas escolhas por parte de um sujeito que desafia toda identidade fixa e que brinca ironicamente com os estilos (étnico, dark, punk, fetish, folk, cosmopolita, etc.), assimila o corpo a uma arquitetura própria que mistura pele, pêlos, objetos, acessórios, cosméticos. No dress-code, os códigos não têm um significado estável, muito menos inconsciente. Os símbolos são expostos como superfície.

Na linguagem da moda, distingue-se clothing de dress: - clothing se refere às roupas e acessórios, jóias, make-up, tatuagens, piercings singularmente presos; - dress envolve e move aquelas práticas que caracterizam escolha, incorporação, combinação, montagem, cut-up, morphing, enfim, a seleção em favor do contexto; - code, por outro lado, é um código que indica as escolhas da transformação, as lógicas sob e supra-existentes à atividade semiótica que o corpo adquire com base em escolhas construídas por parte do sujeito.

Dress code como location: location do corpo. A construção de um panorama corporal é significativa para determinar relações com o outro ou com as location. Dress-code é o fetiche que dança entre uma location é um outro ser. O dress-code encarna em você como sujeito naquele momento, naquele lugar, com aquelas pessoas: dress-code é cosmético e cosmogonia, uma senha que favorece o cruzamento (crossing) entre location e bodyscape.

Dress-code expõe atratores: códigos visuais de alto valor fetish que chamam a atenção em seu movimento inter e intra-espacial. Os atratores comunicam – seduzem – o emergente. Os atratores são policêntricos e polimorfos. Os atratores brincam com os movimentos de uma pupila passageira que está bloqueada (atraída) e colada no corpo estendido dos códigos fetish.

Toda essa constelação móvel e cambiante inventa – de modo constante, obsessivo e pudico – novos panoramas fetish que se encarnam e se atraem entre bodyscape e



location. Disso prolifera uma nova carne digital que exprime a ambigüidade extrema de experimentar ao máximo cada dualismo. Porque o fetichismo tem isto de ambígua utopia: encarna possíveis metamorfoses, nem totalmente objetos nem apenas sujeitos. Coisas, lágrimas, rochas, madeira, carne, osso, pixel...