

2º semestre 2007

Semestral Nº8

CALEIDOSCÓPIO

Revista

de Comunicação e Cultura

perspectivas interdisciplinares da Comunicação

Organização:
Cláudia Álvares

Ciências da
Comunicação,
Artes e Tecnologias
da Informação



UNIVERSIDADE LUSÓFONA
de Humanidades e Tecnologias

Humani nihil alienum



**Edições Universitárias
Lusófonas**

Design e Criação:
VLRF Design

Paginação:
J. Macau

Impressão:
Tipocor

Tiragem: 500 Exp.

Propriedade:
Cofac – Cooperativa de Informação
e Animação Cultural

Depósito Legal:

ISSN: 1645-2585

Solicita-se a permuta com outras publicações afins
We promote exchange with similar publications

Caleidoscópio

Revista de Comunicação e Cultura

Director da Revista:

António Machuco Rosa

Secretariado de Redacção:

António Machuco Rosa
Jorge Carvalho
José Bragança de Miranda
José Manuel Pinto
Luís Filipe B. Teixeira
Manuel José Damásio
Mário Mesquita

Conselho de Redacção:

Alberto José Delgado dos Reis
Alexandre Manuel de Melo B. S. Pereira
António de Oliveira Pena
António José Machuco Pacheco Rosa
Augusto Deodato Guerreiro
Damasceno Dias
Fernando António Pinheiro Correia
Inês Godinho Mendes Gil
Jorge Manuel Leandro de Oliveira Rosa
Jorge Manuel Martins Rosa
José Augusto Bragança de Miranda
José Manuel de Figueiredo Gomes Pinto
Luís Cláudio dos Santos Ribeiro
Luís Filipe de Bragança e Sousa da Silva Teixeira
Manuel José Carvalho Almeida Damásio
Maria Cláudia Álvares
Maria Constança Pignateli Vasconcelos
Maria Isabel Canhoto
Maria José Pereira da Mata
Maria Teresa da Silva Guerreiro Mendes
Mário António da Mota Mesquita
Paulo Renato da Silva Viveiros
Rui Pedro Rodrigues Pereira Jorge
Stefan Rosendahl
Victor Manuel Esteves Flores

Contacto:

Revista Caleidoscópio
Departamento de Ciências da Comunicação, Artes
e Tecnologias da Informação
Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
Campo Grande, 376
1749-044 Lisboa, Portugal
e-mail: caleidoscopio@ulusofona.pt

APRESENTAÇÃO

CALEIDOSCÓPIO

O actual número da revista *Caleidoscópio* resulta da compilação de uma selecção de artigos originalmente apresentados no 4º Congresso "Language, Communication, Culture", realizado entre 28 e 30 de Novembro de 2006 na Universidade Lusófona. Consistindo numa iniciativa do programa de pós-graduação "Culture and Society" do Departamento de Estudos Anglisticos da Universidade de Lisboa, este Congresso alterna anualmente entre as instituições académicas portuguesas a que pertencem os membros da sua Comissão Científica. A Universidade Lusófona foi elegida como local de realização do Congresso devido ao reconhecimento da sua crescente afirmação nas áreas de comunicação, artes visuais e novas tecnologias. Esses interesses académicos convergiram com os principais temas do Congresso, nomeadamente a produção e política de conteúdos mediáticos, as políticas e práticas hegemónicas da cultura visual e a relação entre o poder e a produção de conhecimento criticada pelos estudos culturais.

Espelhando essas linhas orientadoras, os ensaios aqui publicados dividem-se em três principais vectores, a saber, os novos media, os estudos culturais e a cultura visual. Enquanto questões associadas às representações de identidades perpassam os artigos relacionados com os estudos culturais e a cultura visual, os artigos respeitantes aos novos media exploram as potencialidades democratizantes das tecnologias contemporâneas. As três linhas de estudo encontram-se interligadas dado o enfoque na exploração de representações da experiência na actualidade, estando estas conotadas com políticas identitárias, a preponderância do visual e a emergência de uma cultura tecnológica em rede.

Consistindo numa disciplina recente, que ainda procura definir-se a si própria, as ciências da comunicação são permeáveis quer à abstracção filosófica das humanidades, quer ao posit-

vismo tecnológico das engenharias. O seu eclectismo, tantas vezes criticado por se traduzir numa fragmentação excessiva, pode representar uma mais-valia relativamente a outros cursos num contexto académico cada vez mais interdisciplinar devido à crise geral das humanidades. Com efeito, esta crise dos estudos humanísticos constitui uma face da "modernidade de risco" de que nos fala Ulrich Beck, segundo o qual a ausência de referências sólidas proveniente de uma consciencialização crescente de que estamos, em última instância, condenados à liberdade pode resultar numa procura desenfreada de símbolos "securizantes". Nesta óptica, quer o positivismo mais exacerbado, quer a teorização mais abstracta, redundariam numa perpetuação reconfortante de um legado educativo assente numa dicotomia epistémica rigidamente demarcada entre *teoria* e *prática*.

O campo das ciências da comunicação permite questionar o rigor dessas separações rígidas, apontando o entrelaçamento de correntes de saber, permanentemente em fluxo, que caracteriza a actualidade. Num contexto de circulação de informação globalizada, a rígida compartimentação de saberes das humanidades tradicionais é facilmente substituível por uma área de estudo que se encontra sincronizada com os ritmos espaço-temporais do presente. A crítica tem assim um lugar indispensável nas ciências da comunicação, pois permite escapar à tentação de reproduzir teorias anteriormente formuladas sem as situar no contexto em que foram primordialmente produzidas. Essa crítica, no âmbito das ciências da comunicação, tem vindo a desenvolver-se sob a égide das três linhas orientadoras do Congresso LCC, nomeadamente, os estudos culturais, a cultura visual e os novos media.

Os presentes artigos representam um contributo inovador para a afirmação da interdisciplinaridade das ciências da comunicação,

APRESENTAÇÃO

CALEIDOSCÓPIO

dada a tentativa de interrogar saberes consolidados e a vontade de explorar temas, alguns dos quais familiares, sob novos ângulos. O número abre sob a vertente dos novos media, marcando a especificidade das ciências da comunicação. Ao apontar os elementos identificadores de uma teoria dos novos media, António Machuco Rosa justifica uma linha de continuidade entre passado e presente, situando essa teoria no âmbito da teoria geral dos sistemas complexos. Seguidamente, Luís Filipe Teixeira procura explorar as implicações da distinção entre simulação e representação, traduzindo-se a primeira em novas experiências proporcionadas pela jogabilidade e a segunda nas descrições da ficção narrativa que extrapolam a partir do particular para o geral. Edmundo Cordeiro desconstrói a “naturalidade” do vínculo que une “acção da linguagem” e “situação de enunciação”, vínculo esse que está encoberido por uma aparente ordem na linguagem.

O artigo de Jorge Leandro Rosa assinala a passagem dos novos media à cultura visual, analisando a história da arte como uma evolução da história da percepção humana. Ao mesmo tempo que a arte contemporânea recorre crescentemente a suportes tecnológicos, verifica-se uma preocupação recorrente no sentido de a arte se distanciar de uma visão teleológica da tecnologia enquanto fim em si mesmo. Numa leitura politizada das estratégias publicitárias contemporâneas, Anna Lubecka descreve as táticas de um movimento cultural que procura subverter os significados tradicionalmente atribuídos pelos consumidores a determinados produtos comerciais. Ainda no âmbito da cultura visual, Edmundo Cordeiro, José Pinto, Domingo Sánchez e Amândio Coroado interrogam-se sobre a distinção entre filmes e documentários, analisando o acto de filmar sob diversas vertentes, nomeadamente a da percepção subjectiva do olhar humano em contraposição ao olhar indiferenciado da

câmara, a do sentido distinto da imagem em relação ao do texto escrito, a da criação artística enquanto capacidade de inventar a novidade. Eva Urban explora as dimensões políticas da arte, ao reflectir sobre o papel do discurso dramático no esclarecimento de certas questões públicas e sociais na Irlanda do Norte.

O ensaio de Manuel José Damásio estabelece uma ponte entre a temática da cultura visual e os estudos culturais, sob a forma dos estudos de recepção. Com base nos resultados de um estudo de investigação sobre padrões de recepção do público português a filmes nacionais, Damásio acusa as “políticas públicas deterministas que tentam influenciar o público através da manipulação de plataformas” de falharem rotundamente nos seus objectivos. Cláudia Álvares também se fundamenta nos resultados de dois estudos de recepção para analisar o modo como os estereótipos étnicos e de género propagados pelos media são negociados no quotidiano. Na sua análise da série cómica televisiva *Valha-me Deus*, Ana Cristina Mendes questiona-se acerca da efectiva capacidade de resistência política e mudança de mentalidades acarretadas pela crescente visibilidade mediática de artistas de ascendência indiana no Reino Unido. Maria João Pires aponta, a partir da obra “pós-moderna” *Haroun e o Mar de Histórias* de Salman Rushdie, a consciência multicultural como sendo composta por múltiplas camadas sobrepostas e entrelaçadas entre si. Ainda no âmbito da temática de um imaginário comum alimentado por práticas culturais, Ana Cláudia Gonçalves debruça-se sobre o papel dos desenhos de Jack Sullivan na “(re)construção de uma memória colectiva”. Maria João Cordeiro foca a fabricação de imagens de um passado nostálgico pré-moderno na literatura turística alemã sobre Portugal, característica essa que distingue a contemporaneidade na sua incessante busca de uma memória colectiva incorruptível.

APRESENTAÇÃO

CALEIDOSCÓPIO

Enrique Banús, Iñigo Barbancho, Consuela Dobrescu, e Silvia Sousa procuram contextualizar o conceito pós-moderno de “crise de linguagem”, alegando que as suas raízes se encontram no romantismo. Respondendo ao conceito de “crise”, o texto de David Rudrum abre caminho à aceitação da contradição sob a forma de um *doublethink* (duplicidade de pensamento) orwelliano radicado na certeza. Ana Vaninskaya analisa a “meta-narrativa global de reputação” de George Orwell, tecendo uma dura crítica à excessiva politização da sua memória por parte de académicos ideologicamente condicionados.

O actual número da revista *Caleidoscópico* pauta-se não só pela interdisciplinariedade como também pela colaboração de académicos vindos de outras instituições nacionais e internacionais. Estando grande parte dos artigos originalmente redigidos em inglês, não poderia terminar esta breve apresentação sem agradecer o contributo inestimável da Isabel Canhoto na difícil tarefa de tradução técnica. Os meus agradecimentos dirigem-se também à Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias bem como às Edições Lusófonas, cuja aposta na publicação de uma selecção de textos apresentados no Congresso LCC, vem demonstrar o seu investimento efectivo numa política de investigação. Agradeço ainda ao Secretariado de Redacção da *Caleidoscópico* a confiança em mim depositada ao convidar-me para organizar este número.

Cláudia Álvares

CALEIDOSCÓPIO

ARTIGOS

ABSTRACTOS

ELEMENTOS PARA UMA TEORIA DOS NOVOS *MEDIA*

Introdução

Neste artigo procuram-se identificar os principais elementos que formam o modelo teórico que está a emergir em consequência do desenvolvimento dos novos meios de comunicação assentes em redes de computadores. Isso será feito por contraposição com a estrutura assimétrica, linear e unívoca dos meios de comunicação de massas e concomitantes modelos que os tematizaram, recorrendo-se em particular ao modelo de Shannon-Weaver. Após referência à evolução dos estudos em comunicação a partir dos anos oitenta, tomaremos como um dos fios da análise a distinção entre os níveis físico, lógico e de conteúdo presentes em qualquer processo de comunicação tecnologicamente mediado. Veremos de seguida até que ponto é finalmente possível fazer uma ligação rigorosa entre a teoria geral dos sistemas complexos e os novos meios, salientando-se a retroacção positiva como uma sua dinâmica evolutiva fundamental que conduz a diversos estados estacionários de auto-organização, como os que se encontram na rede WWW, nas redes de *peer-to-peer computation* ou nas redes de *social networking*. Passando do nível lógico dos novos meios para o nível dos conteúdos, salientaremos como o conceito de *medias* participativos deve ser considerado como uma sua característica distintiva, terminando-se pelo desenvolvimento da hipótese segundo a qual as novas condições tecnológicas e lógicas da produção e distribuição de conteúdos vão permitir mais um avanço para a “igualdade de condições” que já Tocqueville identificava como a marca da modernidade.

António Machuco Rosa

Universidade Lusófona de Humanidades e
Tecnologias

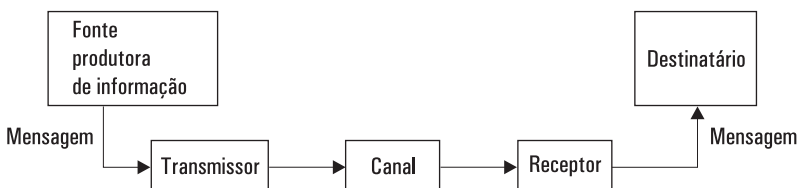
Os meios clássicos de comunicação de massas

As principais características dos meios clássicos de comunicação de massas ficaram desenhadas com a emergência da rádio nas primeiras décadas do século XX. Nos seus primórdios, a rádio era um método de comunicar ponto-a-ponto inicialmente visto como uma forma de telégrafo sem fios. Apenas a partir dos anos vinte existiu a evolução para um método funcionando com base numa emissão destinada a receptores múltiplos e não identificados (Jeanneney, 1996). Nos Estados-Unidos, rapidamente se impôs um modelo em que uma entidade reguladora atribuía frequências, privilegiando as empresas que se viriam a tornar as redes nacionais de emissão (NBC, CBC, etc.), as quais se orientaram para um modelo comercial largamente assente em publicidade. Na Europa, essa arquitectura *top-down*, foi ainda mais vinculada, com os governos a monopolizarem as estações emissoras de rádio. Em ambos os continentes, as características essenciais do novo meio foram planificadas e implementadas numa perspectiva *top-down* que se desdobrou num modelo de comunicação um-muitos. A televisão teve uma dinâmica similar à da rádio. Também nesse caso, os governos estipularam que certos agentes – empresas privadas ou entidades públicas – deteriam o usufruto de um certo canal e transmitiriam conteúdos diversos para dispositivos tecnológicos concebidos como puros receptores.

É amplamente conhecido que os modelos clássicos da comunicação surgiram no século XX como uma tentativa de, a um nível suficiente de abstracção, dar conta das características dos então novos meios de comunicação de massas. Apesar de as suas motivações iniciais pertencerem a outra área do saber, sabe-se ser esse o caso do clássico modelo de Shannon-Weaver, mormente como ele foi repensado por autores como W. Shramm e D. Berlo. Recordemos a modelo a fim de rapidamente sumarmos a estrutura dos diversos níveis dos meios de comunicação clássicos.

Figura 1

O modelo de Shannon-Weaver



O diagrama pode ser simplificado (Berlo, 1960) segundo o esquema; Fonte → Mensagem → Canal → Receptor. Pode também ser generalizado tornando explícita a sua aplicação aos meios de comunicação de massas: passa a existir uma fonte e um canal que transmite informação para um conjunto homogêneo de dispositivos tecnológicos de recepção associados a um conjunto igualmente homogêneo de destinatários.

Seja qual for a sua versão, o modelo pode ser analisado segundo os três níveis que, de acordo com Yochai Benkler (Benkler, 2006) estão presentes em qualquer meio tecnológico de comunicação, o nível físico, lógico e de conteúdos. A fonte/produtor controla, em maior ou menor grau, esses três níveis. O nível físico compreende as tecnologias de produção, distribuição e recepção das

mensagens. Essas tecnologias são assimétricas. Do lado da produção e distribuição, elas exigem custos que não cessaram de aumentar ao longo do tempo, enquanto, ao invés, os dispositivos de recepção se foram tornando cada vez mais baratos, tornando assim possível a emergência de meios de comunicação de massas como a rádio e a televisão. Por outro lado, os canais físicos de transmissão são canais de acesso controlado, dedicados (a um certo formato da informação) e assimétricos, canais esses que oscilam entre regimes totalmente proprietários e regimes concessionados e regulado pelos poderes públicos.

A assimetria tecnológica constrange de seguida a estrutura do nível lógico dos meios de comunicação clássicos. Essa estrutura é assimétrica e linear: o design da tecnologia está concebido de forma a ir de uma fonte para um destino que ocupam posições fixas. Esse tipo de design não constitui uma necessidade lógica, como prova o facto, já acima referido, de meios como a rádio terem historicamente evoluído a partir de um meio de comunicação inicialmente ponto-a-ponto em que emissor e receptor não ocupavam posições absolutas em direcção ao esquema unidireccional produtor/distribuidor à destinatários homogéneos (cf. Starr, 2004). Os múltiplos destinatários anónimos têm muito pouco controlo sobre a organização lógica da informação que lhe é facultada, pois a organização, os critérios, as estratégias, a hierarquização, agendamento, etc. dos diversos conteúdos transmitidos pelo canal são definidos pelas entidades estatutariamente competentes para o efeito, desde os responsáveis pela organização lógica do canal até às direcções, conselhos editoriais, de programação, etc. Finalmente, ao nível dos conteúdos, basta de momento dizer que eles se encontram controlados e limitados no acesso pelas leis de propriedade intelectual.

Em suma, os meios clássicos são meios um-muitos e assimétricos quase completamente controlados nos seus diversos níveis pelas entidades proprietárias e responsáveis pela sua gestão. O acesso a esses meios faz-se nos exactos limites definidos por essas entidades reguladoras ou proprietárias.

É conhecido terem sido pensados diversos modelos de funcionamento dos meios clássicos que de algum modo matizassem a sua assimetria e o controlo da organização lógica e dos conteúdos transmitidos. Assim, tal como ocorreu com o modelo de Shannon-Weaver, os estudos em Comunicação importaram da teoria da informação o conceito de *retroacção negativa* (*feedback*) de forma a dar conta de uma maior participação das audiências na correcção e eventual produção de conteúdos. Contudo, a existência de uma correcção operada pelo destinatário sobre a fonte não altera substancialmente a assimetria dos meios de comunicação nem tão pouco implica que a linearidade desapareça por completo. A estrutura de controlo da produção e acesso aos meios permanece inalterada.

A hipótese desenvolvida neste artigo consiste em que uma alteração radical dos modos de produção, controlo distribuição e recepção nos meios de comunicação apenas ocorre quando o mecanismo fundamental dos *media* passa a ser o outro tipo de retroacção, a *retroacção positiva*. A retroacção negativa consiste na correcção de um desvio entre um estado de referência julgado ideal e um certo estado actual. Ela visa garantir a estabilidade dos sistemas. Em si mesma, ela nada origina de novo. Pelo contrário, a retroacção positiva é responsável pela *emergência, crescimento e diversificação* dos sistemas que são desse modo qualificados como *complexos*. Ela funciona por amplificação não-linear do desvio. Os exemplos são extremamente abundantes (cf. Machuco Rosa, 2006a), mas aqui vai-nos apenas interessar o caso dos meios de comunicação. Na verdade, se apenas a retroacção positiva dá conta da formação morfogénica dos sistemas, então ela terá de

explicar a emergência não planificada e não *top-down* dos meios de comunicação. Já vimos sucintamente que, após um breve período inicial, os meios de comunicação clássicos se organizaram segundo um design que lhes foi imposto do exterior. Pelo contrário, os novos meios associados à Internet têm um processo de formação em larga medida natural e espontâneo. Procuraremos mesmo mostrar que, enquanto sistemas emergentes, os novos meios deverão possuir algumas das características e regularidades genéricas típicas dos sistemas complexos.

O início do conceito de meios tecnológicos de comunicação interactiva

É significativo que a importância da retroacção positiva nos novos meios tenha sido detectada no âmbito dos estudos em Comunicação precisamente quando as redes de computadores se começaram a popularizar. Após uma evolução subterrânea, a implementação do conceito de comunicação mediada por computador atingiu nos anos oitenta do século passado um primeiro estágio de maturidade que permitiu o surgimento de novos modelos teóricos. Ainda que de forma algo incipiente, um dos seus proponentes foi Everett Rogers ao sublinhar a necessidade de se caminhar no sentido de modelos que dessem verdadeiramente conta da natureza *interactiva* da comunicação. Notando que, nos anos cinquenta e sessenta, os estudos em comunicação se debruçaram fundamentalmente sobre a televisão e ignoraram o telefone, Rogers escreveu:

“Pensamos que o telefone representa um *medium* de comunicação interactivo, não sendo uma tecnologia que se adapte bem à confiança que a investigação e teoria em comunicação tem no estudo dos efeitos dos meios de comunicação um-muitos. (...). Em meados dos anos oitenta a situação da investigação em comunicação é bastante diferente da existente nos anos cinquenta. Agora, os novos *media* representam um tipo de comunicação cibernético. Eles são interactivos (...).” (Rogers, 1986, p. 195-196)

Portanto, aponta-se para um indiscutível alteração que desde os anos oitenta não tem cessado de se verificar. Ela é constituída pela importância cada vez maior dos *media* interactivos, e é nesse exacto ponto que devemos situar a importância da contribuição teórica de E. Rogers. Ela foi talvez o primeiro a fazer a ponte entre os estudos de Comunicação e os *media* assentes em redes de computadores.

A fim de correctamente compreender a alteração é indispensável fazer precisões, a começar pelo conceito de “interactividade”. Rogers fornece o exemplo do telefone, não sendo ocasional que a rádio, na sua fase inicial de desenvolvimento, isto é, quando era um *medium* ponto-a-ponto, fosse precisamente pensada como um modo de telégrafo sem fios. O exemplo do telefone é realçado por Rogers devido a se tratar de um *medium* interactivo que se encontra sujeito a uma dinâmica do tipo retroacção positiva; mais exactamente, a um seu caso particular que é a dinâmica de *externalidades em rede*. Ela significa que o valor de uma rede cresce exponencialmente com o número dos seus utilizadores, tal que a adesão à rede ou plataforma é um incentivo para que ulteriores indivíduos façam o mesmo que os utilizadores já existentes, aderindo também. Trata-se de um mecanismo morfo-genético de crescimento. É também um mecanismo complexo no sentido de o valor da rede não poder ser avaliado considerando cada indivíduo isoladamente, mas apenas através da síntese global que resulta das suas *interacções*. Nessa medida, a interactividade designa uma dinâmica de

externalidades em rede que se constitui como uma característica distintiva dos novos *media*. Numa antecipação notável, Rogers fez notar que algumas redes interactivas dos anos oitenta (*Newsgroups* e *BBB's* são os exemplos referidos) pressagiavam o advento dos *media* interactivas funcionando num regime diferente dos sistemas de comunicação lineares eventualmente complementados com o ciclo de equilíbrio descrito pela retroacção negativa.

A rede de redes na qual assentam redes como *Newsgroups* é a Internet. Já traçámos noutras alturas os detalhes da sua evolução histórica (Machuco Rosa, 1998, 2003) As suas características afastam-na dos meios de comunicação objecto dos modelos clássicos. Desde logo, a sua evolução espontânea, o que não significa que a rede inicial da Internet, a Arpanet, não tenha sido concebida e implementada segundo um design explícito. No entanto, certas decisões técnicas tiveram consequências futuras imprevisíveis. Especialmente importante foi o protocolo TCP/IP, o qual é um protocolo *aberto* num duplo sentido. Por um lado, o seu *software* não é proprietário, encontra-se em domínio público. Por outro, o protocolo é *end-to-end*, o que significa que ele é indiferente, neutral, “cego”, por relação ao conteúdo que transporta. Exemplificando com conteúdos mais recentes, o protocolo não distingue uma página *web* de um *e-mail* ou qualquer outro formato específico de qualquer uma das milhares de aplicações executadas na Internet. Nesse sentido, trata-se de um protocolo “estúpido”, cuja única função é fazer circular os pacotes de *bits* de acordo com o seu endereço IP. Não pressupondo nada acerca da arquitectura específica das redes, o TCP/IP não pode surgir como uma espécie de princípio centralizador de design que oriente o desenvolvimento futuro. Ele situa-se no nível lógico da Internet, o qual deve ser distinguido do nível físico da rede constituído por nós (computadores) e ligações entre eles, nós e ligações que são, em geral, proprietários. É no seu nível lógico que a Internet é uma rede aberta e neutral que cria as condições para a emergência de três propriedades que, vamos ver, caracterizam os novos meios. Em primeiro lugar, a neutralidade do protocolo permitiu a emergência imprevisível de um sem número de funcionalidades, desde as iniciais capacidades de transmissão de dados até aos mais diversos formatos que hoje estão presentes na rede. Em segundo lugar, a abertura, a liberdade de acesso e uso de protocolos não proprietários, criou as condições para a existência do mecanismo de interacção que dá conta da própria emergência da rede. Em terceiro lugar, emergiram certas propriedades estacionárias globais que adicionalmente caracterizam as redes enquanto sistemas complexos. São estes três aspectos dos novos meios que devem ir sendo progressivamente abordados. Isso pode ser feito analisando uma das funcionalidades que assenta na Internet, a rede *world wide web* (WWW).

WWW, meios interactivos e externalidades em rede

A WWW é uma rede virtual que assenta na rede física Internet. Portanto, o nível físico encontra-se sujeito ao mesmo tipo de controlo que ocorre na Internet. A esse nível, o que verdadeiramente podemos considerar como pertinente nos novos meios é o facto de a tecnologia de “emissão” e de “recepção” ser *a mesma* (o computador universal, em ambos os caos) e ser relativamente barata. No nível lógico, e tal como na Internet, os seus protocolos (em especial HTTP) são abertos, novamente no duplo sentido de pertença ao domínio público e *end-to-end*. Reside aí uma das principais razões permitindo que qualquer um possa disponibilizar informação na WWW.

No entanto, dentro da galáxia dos novos *media*, a WWW apresenta características que a assemelham aos meios tradicionais. A WWW é uma rede baseada no modelo cliente/servidor

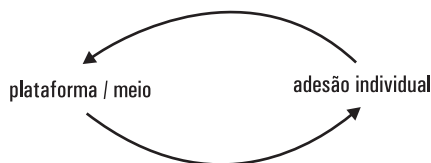
(*client/server*), logo, assente numa estrutura assimétrica: não é possível ser-se, simultaneamente, servidor e cliente. Se, de momento, negligenciarmos o agregado global dos pedidos baseados em *links*, isto é, se negligenciarmos o aspecto interactivo da WWW (cf. mais abaixo), podemos conceber que um qualquer pedido de um cliente a um servidor é independente de idênticos pedidos por parte de outros clientes. O mesmo é válido em sentido inverso. O acto de disponibilizar informação (numa página pessoal, por exemplo) pode ser considerado como *independente* de idênticas decisões por parte de outros indivíduos ou empresas. Naturalmente que essa independência não é estritamente verdadeira, só que, tal como podemos conceber que a decisão de instalar receptores de rádio ou de televisão, e seu posterior uso, *não* é uma decisão directamente determinada por idênticas decisões por parte de outros indivíduos, também a decisão de publicar na WWW não depende, em primeiro lugar, de um constrangimento que os outros operam sobre mim. Noutros termos, a WWW não é um meio *interactivo* no sentido de Rogers, ou seja, não é definida, enquanto rede cliente/servidor, pela retroacção positiva sob a forma das externalidades em rede.

Sob esse aspecto, a WWW contrasta com outro tipo de redes virtuais assentes na Internet, as redes *peer-to-peer* (P2P). Estas (KaZaa, Emule, Freenet, BitTorrent, etc.) são redes em que o modelo assimétrico cliente/servidor praticamente desaparece: cada computador *peer* é simultaneamente um cliente e um servidor (um caso claro é o design de Freenet, cf. Clark, 1999). As redes P2P são redes plenamente interactivas: quanto maior o número de aderentes maior o incentivo para que outros adicionalmente adiram, ou seja, é perfeitamente racional agir segundo um princípio geral de *imitação*.

As redes P2P ilustram como, singularmente, os novos *media* estavam destinados a entrar no quadro teórico transdisciplinar fornecido pela teoria dos sistemas complexos. Oriunda das áreas da física, da biologia e da inteligência artificial (cf. Amaral e Ottino, 2004, para uma síntese), a teoria alicerça-se em torno do mecanismo de retroacção positiva que, como já referimos, é um verdadeiro princípio morfogenético que explica a emergência e evolução dos sistemas. É a sua acção que conduz à formação dos novos meios enquanto plataformas que funcionam como um espaço comum para um grande número de utilizadores. Essas plataformas são sistemas complexos co-evolutivos por os indivíduos serem simultaneamente os seus criadores e utilizadores. Mais precisamente, a adesão de um indivíduo à plataforma constitui um sinal que essa plataforma emite para outros indivíduos. Estes últimos são levados a actos idênticos (aderem também), reforçando assim o sinal da plataforma que se torna o *medium* autónomo através do qual os indivíduos, ao criá-lo, comunicam indirectamente entre si. Trata-se do mecanismo de causalidade circular característico da retroacção positiva e no qual a “causa” (o meio) e o “efeito” (a adesão) se fundem (cf. figura 2).

Figura 2

A retroacção positiva é o mecanismo de formação dos novos meios



Em termos genéricos, prova-se que tais dinâmicas têm comportamentos críticos (cf., por exemplo, Arthur, 1994, Sornette, 2002): existe um nível crítico que gera uma adesão massiva e converte a plataforma numa plataforma absolutamente dominante que exclui em definitivo eventuais plataformas concorrentes. Em muitos casos, basta que uma das plataformas tenha uma pequena vantagem inicial sobre outra para que essa diferença inicial se amplifique não-linearmente.

O princípio de crescimento dos novos meios confere-lhes o seu carácter distintivo. Esse princípio de externalidades interactivas está presente no crescimento da própria Internet, na adesão aos serviços de correio electrónico ou nas redes P2P. Ele guia também o desenvolvimento de meios mais recentes como as redes de *social networking*, de que *myspace.com* e *hi5.com* são exemplos proeminentes, ou ainda no desenvolvimento de telefone através de IP graças à consolidação de plataformas como *Spike*. Estes meios de comunicação são redes que se formam pela interacção (imitativa) entre os indivíduos-nós dessa rede e que assim se distinguem dos meios clássicos. Como vimos, apesar da comunicação ponto-a-ponto dos inícios do jornal ou da rádio, os meios clássicos são meios centrados um-muitos que não formam plataformas interactivas. Neles, a adesão de um indivíduo é *linearmente independente* da adesão dos outros indivíduos, pelo que a totalidade da “audiência” pode ser vista como a soma linear das suas partes. De entre os meios clássicos, apenas o telefone tem visivelmente uma dimensão interactiva. Teremos de voltar aos novos tipos de redes, mas é já útil resumir parte do que até agora se viu propondo uma classificação dos *media* segundo a presença ou não de interactividade no seu desenvolvimento.

	Meio Interactivo
Jornal	Não
Telefone	Sim
Rádio	Não
TV	Não
Internet	Sim
E-mail	Sim
World Wide Web (<i>client/server</i>)	Não
Telefone IP	Sim
Redes P2P	Sim
Redes de <i>social networking</i>	Sim

A interactividade significa que os novos meios são, em sentido rigoroso, sistemas complexos. Eles verificam as características gerais desse tipo de sistemas (cf. Machuco Rosa, 2006a, e bibliografia aí citada): interacções não-lineares, localidade e propriedades globais emergentes. Já vimos que a primeira de entre essas propriedades explica a emergência de plataformas. Teremos de analisar de seguida o princípio de localidade e a emergência de propriedades globais.

Redes e auto-organização

Os novos meios são sistemas complexos auto-organizados que exibem regularidade globais bastante particulares. Para o vermos, é preciso tomar à letra o facto de os novos meios serem *redes*,

remetendo-se assim para a teoria geral das redes (cf. Albert e Barabási, 2002, Dorogovtsev e Mendes, 2003, para uma sùmula).

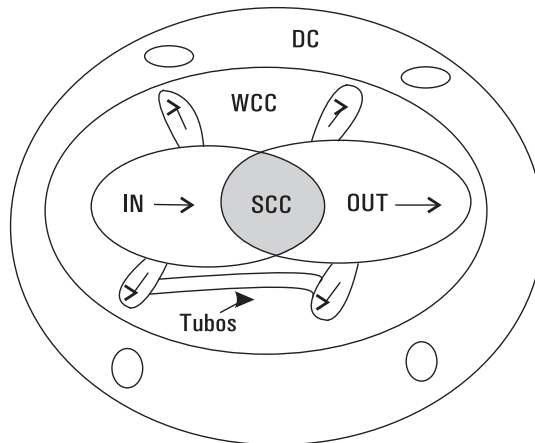
Ao nível mais abstracto, uma rede é composta por nós e (eventualmente) ligações entre eles. A Internet é formada por computadores e ligações (ou não) entre eles. A WWW consiste em páginas HTML com *links* entre elas. Redes *peer-to-peer* são compostas por *peers* e a existência de mensagens *ping* de *peer* a *peer* significa a existência de uma ligação. Os *blogs* ou as redes sociais virtuais como myspace.com também podem ser considerados redes segundo o mesmo princípio de *linkagem*, etc.

Considere-se o caso da WWW. A sua estrutura global depende dos actos locais levados a cabo por indivíduos ao criarem *links*. Essa criação individual não é orientada por qualquer conhecimento global da rede nem por qualquer plano prévio de coordenação. No entanto, esses actos locais fazem emergir regularidades globais que definem a rede como um processo auto-organizado. Referimos aqui duas dessas propriedades.

A primeiro respeita à questão de saber se a WWW é uma rede *conexa*, isto é, se existe ou não um caminho que, através de *links*, permita ir de qualquer nó (página) a qualquer outro. Com o crescimento exponencial de *links* poder-se-ia presumir que a resposta seria afirmativa. Na realidade, ela é, pelo menos num certo sentido, parcialmente negativa, pois um estudo sistemático da WWW mostrou que a rede é composta por diversos grupos que não estão todos ligados entre si (Broder *et al*, 2000). Do ponto de vista dos grupos que a compõem, a estrutura da WWW está representada na figura 3

Figura 3

A estrutura global da WWW (Broder *et al*, 2000).



Existe um componente gigante fracamente conectado (WCC), o qual inclui um componente gigante fortemente conectado (SCC) e componentes desconectados (DC). Existe o componente gigante com *links* orientados para fora de si (SCC-OUT), o qual contém os *sites* que podem ser alcançados a partir de SCC através de um caminho directo, e existe o componente gigante orientado

para dentro de si (SCC-IN), o qual contém os *sites* a partir dos quais se pode atingir o SCC. Existem as dendrites e os tubos que são os *sites* através dos quais não se acede ao SCC, tão pouco sendo acessíveis a a partir dele. Finalmente, existem os componentes completamente isolados (DC).

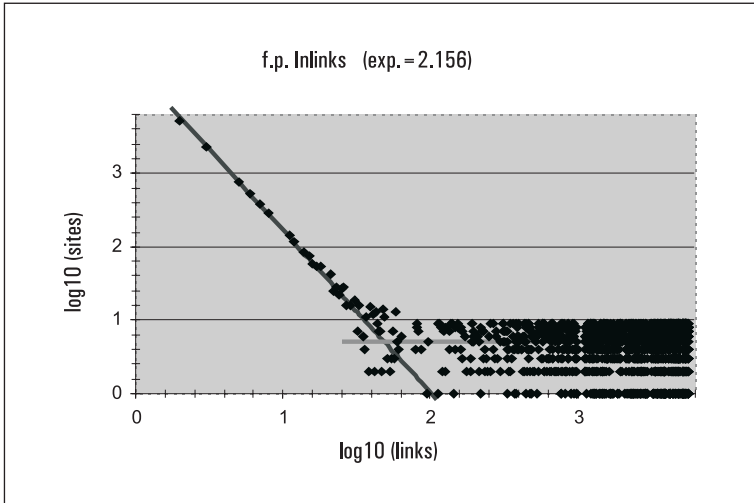
Conclui-se que certos componentes da WWW não permitem o acesso directo a outros. Isso deve-se em larga medida ao facto de essa rede ser um grafo *orientado*, isto é, se existe uma ligação entre A e B não se segue necessariamente que exista uma entre B e A. Devido a esse facto, Broder *et al* mostraram que em cerca de 75 % dos casos não existe um caminho directo entre um *site* aleatoriamente escolhido e um qualquer outro. Mas, no caso de ele existir, os número de nós intermédios entre quaisquer dois nós é aproximadamente de 16 (contados na passagem de cada página). Por outro lado, se negligenciarmos o facto de a WWW ser um grafo orientado, então quase todos os nós são atingidos a partir de quaisquer outros. Note-se que esta estrutura global constrange os processos dinâmicos que nela se desenrolam, como, por exemplo, as condições de navegabilidade que um utilizador pode usufruir ou então a capacidade de extracção de informação por um motor de busca. Voltaremos a esse ponto a propósito de Google.

A existência de diversos componentes na WWW traduz assimetrias na presença e acesso à informação. Um outro tipo de assimetria é ainda mais claro se analisarmos uma outra propriedade topológica global na qual a rede se auto-organizou. Considerando sempre a WWW como uma rede na sua forma mais geral (nós com ligações), poder-se-ia *a priori* pensar que se trata de uma rede homogénea. isto é, que a função de distribuição de ligações por nós fosse do tipo gaussiano (em média, cada nó teria aproximadamente o mesmo número de ligações). Essa expectativa é falsa, não só no que respeita à WWW mas, como referiremos mais abaixo, em relação à maior parte das redes. Estas exibem uma característica fundamental dos sistemas complexos, a auto-organização, na qual o sistema atinge um estado estacionário sem escala característica (também designado por lei em potência). Quer dizer que, tal como ocorre na Internet, a distribuição de ligações (*links*) na WWW segue a razão $P(k) \sim k^{-\lambda}$ isto é, uma distribuição sem escala característica, ou em lei de potência, onde a probabilidade de um nó (página) aleatoriamente escolhido receber k ligações decresce segundo a razão dada pelo expoente de k . Segue-se que a equação significa que a probabilidade da existência de páginas *web* apontadas por um grande número de *links* é pequena, sendo grande a probabilidade de existir um grande número de páginas pouco conectadas. Noutros termos ainda, deverão existir muito poucas páginas densamente conectadas e um grande número de páginas muito pouco conectadas, segundo a razão $\lambda \approx 2.1$ (Albert e Barabási, 2000). Portanto, por exemplo, se existe uma redução para metade no número de *links* que apontam para páginas, o número de páginas com esse número de *links* aumentará, em média, pelo factor de 2 levantado a 2.1. Qualquer redução do número de *links* por página faz aumentar o número de páginas segundo o factor dessa redução levantado ao expoente crítico λ .

Após a investigação empírica de Albert e Barabási, subsequentes medições (cf. Broder *et al*, 2000) confirmaram o valor do expoente $\lambda \approx 2.1$. Nós mesmos (Machuco Rosa e Giro, 2007) levámos a cabo um estudo exaustivo da rede WWW portuguesa (domínio *.pt) e confirmámos que também esse fragmento da WWW mundial exhibe uma função de distribuição que, na parte dos *sites* com mais *links*, exhibe uma lei em potência, com expoente $\lambda \approx 2.156$ tal como se demonstra na figura 4.

Figura 4

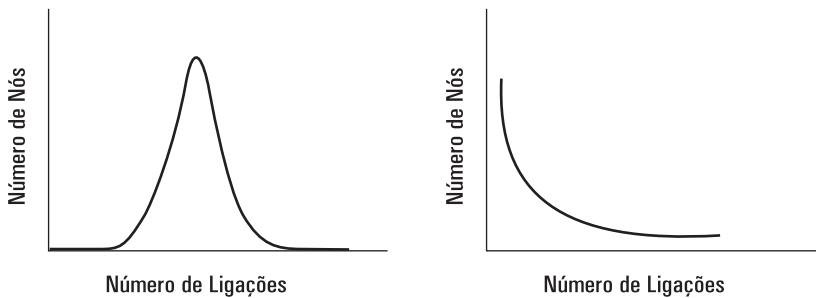
Distribuição de *links* na web portuguesa. Essa distribuição segue uma lei em potência com expoente 2.1



É fundamental repetir que essa distribuição heterogênea contrasta com as distribuições homogêneas de tipo gaussiano que à partida seriam de esperar. A figura seguinte ilustra os dois diferentes tipos de distribuição.

Figura 5

Distribuição do tipo gaussiano *versus* lei em potência



A questão teórica que de seguida se pode colocar é a de saber qual o mecanismo que levou uma rede como a WWW a exibir uma topologia (uma função de distribuição) tão peculiar. Esta não foi produto de qualquer plano prévio, antes emergiu dos actos que criaram a própria rede enquanto plataforma interactiva e já não apenas como um dispositivo (*client/server*) de acesso a informação. Uma hipótese fundamental é a proposta pelo chamado modelo de Barabási (Albert e Barabási, 2000).

O modelo caracteriza-se por um processo evolutivo, por um lado, e pela existência de uma função específica de ligação entre os elementos ou nós do sistema, por outro. As suas cláusulas do modelo são:

- Crescimento: em cada passo temporal cria-se um novo nó do qual saem m novas ligações.
- Ligação preferencial: Os novos nós, j , conectam-se ao nó já existente, i , com uma probabilidade proporcional à conectividade deste,

A segunda propriedade significa que os novos nós se ligam aos anteriores na proporção da conectividade destes, pelo que quanto maior a conectividade de um nó maior a probabilidade de ele receber novas ligações (cf. figura 6).

Figura 6

Formação do espaço das redes segundo o mecanismo proposto por Barabási e colaboradores.
Os novos nós estão a branco



A solução do modelo mostra que o expoente da distribuição $P(k) \sim k^{-\lambda}$ é igual a 3. Esse valor não é demasiado importante e está dentro dos limites compatíveis com o valor da distribuição na WWW, por exemplo. Aliás, estudos mostram que o mecanismo evolutivo das redes empíricas é do tipo ligação preferencial com crescimento (Pastor-Satorras, Vázquez e Vespignani, 2001). Importante é sublinhar que estamos novamente perante um mecanismo de retroacção positiva que, ao governar o crescimento das redes segundo um princípio “quanto mais populares sois mais populares sereis” (Dorogovtsev e Mendes, 2003), gera o tipo de desigualdade na visibilidade e acesso descrito por uma distribuição em lei de potência. Igualmente importante é essa distribuição ser quase universal nas redes. Estudos teóricos mostram até que ponto assim deve ser (Dorogovtsev e Mendes, 2003). Adicionalmente, demonstra-se que, efectivamente, para além WWW mundial e portuguesa, o mecanismo de ligação preferencial governa também o crescimento da Internet (Faloutsos *et al*, 1999), de redes de e-mail (Ebel *et al*, 2002), de redes P2P (Adamic *et al*, 2001, Ripenau *et al*, 2002), de blogs (Feng *et al*, 2006), de redes colaborativas como wikipedia (Capocci *et al*, 2006), ou ainda a distribuição do acesso a *sites* (e Adamic e Huberman, 1999).

Pode pois afirmar-se com bastante segurança que os novos meios possuem uma estruturação lógica de produção, difusão e distribuição de informação bem distinta dos meios clássicos. Mesmo se os diagramas com que tradicionalmente se representa a estrutura linear e assimétrica um-muitos dos meios clássicos não são automaticamente gerados por quaisquer dados empíricos, é patente a sua diferença por relação a uma função de distribuição em lei de potência. Não que os novos meios não exibam os fenómenos de concentração e assimetria gerados endogeneamente pelo mecanismo de retroacção positiva. Existem *sites* muitos mais visíveis que outros, e portanto não se constata qualquer igualdade na produção e acesso de informação. Isso obriga a restringir certas afirmações acerca do carácter pretensamente igualitário dos novos meios. No entanto, estamos apesar de tudo

longe da estrutura dos meios clássicos. Assimétricos ou não, os novos meios são redes que crescem espontaneamente devido às miríades de actos locais dos indivíduos que, ao o utilizarem, o formam. Essa criação apenas é possível pela abertura ou livre-acesso que já referimos se dever à natureza pública dos protocolos e linguagens utilizadas. Além disso, a existência de uma distribuição em forma de lei de potência está bastante distante do puro modelo um-muitos clássico (cf. Benkler, 2006). Recordemos que uma lei em potência é uma lei que apresenta a mesma forma em toda a escala, isto é, qualquer fragmento e a totalidade da função coincidem (possuem sempre a mesma relação $P(k) \sim k^{-\lambda}$). Por exemplo, o resultado que obtivemos para a web portuguesa era à partida esperado, pois o fragmento da web portuguesa mais não faz que reproduzir localmente a estrutura global da web mundial. Portanto, existe *em qualquer segmento da escala* um número enorme de “emissores” (nós mais visíveis) que atraem uma considerável atenção. Independentemente dos desejos ideológicos de cada um, é essa realmente a estrutura dos novos meios. Ela mais não faz que replicar a de outros sistemas complexos emergentes.

Novas plataformas interactivas

A abertura, a interactividade, a heterogeneidade e a auto-organização são as principais características dos novos *media* em rede. Procurámos até agora situá-las no contexto da teoria dos sistemas complexos. Devemos agora traçar a sua presença nas novas plataformas aspirantes a meios universais, como ocorre com Google.

Google resultou de uma ideia *a posteriori* simples (para uma história de Google, cf. Battelle, 2005). Durante o período inicial de massificação da WWW, os motores de busca (AltaVista, Excite, etc.) limitavam-se a buscar nas páginas as palavras-chaves que um utilizador introduzia. Os criadores de Google, S. Brin e L. Page compreenderam que a WWW é realmente uma rede, sendo nesse facto que a busca deve assentar. Eles desenvolveram então um método, *PageRank*, que se baseia nas propriedades topológicas intrínsecas da rede, isto é, na heterogeneidade dos *links*. Nas palavras de Brin e Page:

Page-Rank pode ser pensado com um modelo do comportamento do utilizador. Assumimos que existe um “indivíduo que navega aleatoriamente”, ao qual é apresentada uma página *web* aleatória, e vai clicando nas ligações sem nunca clicar no botão “Retrocede” até que eventualmente se aborrece e recomeça numa qualquer outra página aleatória.” (Brin e Page, 1998)

A ideia consiste em construir um método que seja um modelo do comportamento real do utilizador, comportamento esse que, naturalmente, é determinado pela estrutura em rede da WWW.¹

¹ O algoritmo do comportamento é o seguinte

$$P_R(i) = (1-d) + d \sum_j A_{ji} P_R(j) / k_{out,i}$$

Onde P_R é a *PageRank* de i , A_{ji} é a matriz de adjacência, e d é o que Brin e Page designam por o *dumping factor*, isto é, a probabilidade que alguém se aborrece. (Não esquecer que a *www* é uma rede orientada onde é necessário distinguir as ligações que apontam pra um nó (k_{in}) e as que apontam de um nó para outros nós, k_{out}).

É um método de *ranking*: as páginas mais populares (aquelas para que mais *links* apontam) irão provavelmente tornar-se ainda mais populares, presumindo-se que são as mais relevantes para o conceito procurado. O algoritmo do método *PageRank* pode mesmo ser considerado como a melhor forma de obter a lei em potência da WWW (Vasquez, 2003). A razão está em ele ser um algoritmo *local*, que no entanto induz o algoritmo global proposto por Barabási e que já acima apresentámos. Portanto, o motor de busca Google funciona com base no mecanismo de retroacção positiva que caracteriza os sistemas complexos. Ele é um agregador global da distribuição de *links* através de nós que permite definir finalmente a WWW como um *media* interactivo. Enquanto reduzida a uma estrutura cliente/servidor, a WWW pode ser concebida como a soma linear dos actos de cada cliente tomado independentemente dos outros. Já enquanto rede, a criação local de *links* e os pedidos que, através do agregador Google, são por ela determinados, estão dependentes dos actos criativos anteriores.

Recentemente, Google Inc. decidiu explorar mais a fundo as propriedades interactivas dos sistemas complexos. Para além de agregar *links*, Google Inc. tem procurado incentivar a criação de redes interactivas com o objectivo, podemos presumi-lo, de tornar Google uma plataforma: a plataforma de todas as plataformas assentes na Internet (essa é também, entre muitos outros, a opinião de Bettelle, 2005). A estratégia tem girado em torno do incentivo à formação de *media* interactivos, tais como Blogger, Picasa (edição e partilha de fotos), e mais recentemente com a compra do sítio de partilha de vídeo YouTube. São redes de partilha de informação que adequadamente podem ser designadas por *media* participativos (cf. o dossiê organizado pela revista *The Economist*, em 20 de Abril de 2006). Já identificamos a dinâmica desse tipo de meios: são meios em que o conteúdo é criado pelos próprios utilizadores, os quais podem em muitos casos ser vistos simultaneamente como produtores/emissores e destinatário. Essa dupla função faz aumentar o valor da plataforma, induzindo novos aderentes: é a dinâmica de externalidades que define os novos *media* como participativos. Contudo, deve manter-se presente que a condição última da participação reside na abertura da plataforma. É o caso de Google: mesmo se a plataforma é proprietária, o acesso, uso, utilização de *interfaces*, etc., praticamente não sofre quaisquer restrições.

Google é apenas um exemplo maior de uma estratégia de criação de meios participativos que tem vindo a ser seguida por múltiplas empresas. É o movimento genericamente designado por WEB 2.0. Para além de Google, actores fundamentais são Yahoo, Microsoft, etc., todos com ambições a tornarem a sua plataforma a plataforma na qual tudo se armazene e se partilhe. Mesmo empresas aparentemente com modelos de negócio aparentemente mais tradicionais, caso da Amazon, têm vindo a orientar a sua estratégia em torno do conceito de interactividade, como testemunham as técnicas em que em que a publicidade é automaticamente gerada pelos utilizadores ao interagirem com a plataforma www.amazon.com.

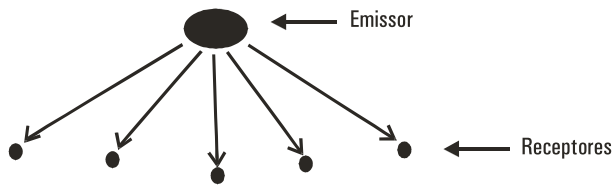
Um outro exemplo de novos *media* são as redes de *social networking*, em particular as já mencionadas myspace.com e hi5.com. Essas redes são igualmente sistemas em que os indivíduos criam o meio (a plataforma), o qual retroage de seguida sobre os indivíduos segundo a modalidade da causalidade circular. São redes abertas nas quais podemos presumir que existam também distribuições desiguais de *links* e de tópicos de interesse comum. Além disso, elas permitem colocar em destaque uma nova propriedade genérica das redes que não podia deixar de ocorrer nos novos meios e que torna ainda mais nítida a alteração estrutural em relação aos meios clássicos. Trata-se da chamada propriedade de coeficiente de agrupamento (*clustering*). O coeficiente de agrupamento

é uma quantidade local que mede a existência de ciclos numa rede, isto é, em termos intuitivos, se o nó A tem uma ligação para B, e se B tem para C, então A está ligado a C.² Ora, estudos empíricos mostram que a maior parte das redes possuem um alto coeficiente de agrupamento, isto é, têm uma grande densidade de ciclos como os acabados de descrever (cf. as sùmulas de Albert e Barabási, 2002, e Newmann, 2003). O nosso estudo da Web portuguesa encontrou a mesma propriedade (valor de 0.12). O mesmo é válido para as redes P2P (Adamic *et al*, 2001). As redes de *social networking* têm seguramente a mesma propriedade, se bem que não conheçamos dados empíricos. A existência de um alto coeficiente de agrupamento atesta a presença de *comunidades* nos novos meios.

Propriedades como o coeficiente de agrupamento e a distribuição em lei de potência contrastam fortemente com as propriedades que modelos, tal como o de Shannon-Weaver interpretado por Berlo, identificaram nos meios clássicos. A interactividade dos novos meios dificilmente pode ser tornada mais clara se fizermos a observação de que os modelos centrados do tipo dos meios clássicos possuem um coeficiente de agregação igual a zero.

Figura 7

A estrutura dos meios de comunicação clássicos. Note-se que não existem ciclos, pelo que o coeficiente de agrupamento é igual a zero



Isso significa precisamente que não existe interação e que a sua estrutura lógica pode ser decomposta linearmente num conjunto de *iades independentes*. O “todo” é simplesmente a combinação dessas iades independentes, X a A, X à B, etc. (cf. figura 8), onde X é sempre o emissor.

Ao invés, novos meios como Google, myspace.com ou redes P2P preenchem a condição para a existência de complexidade: relações tridicas irredutíveis ao agregados de relações diidicas: a existência de um terceiro (a plataforma) depende da interação mininal de dois indivíduos apontando cada um para aquilo que cada um deles aponta.

² Mais precisamente, o coeficiente de agrupamento, C , é a razão entre o número de ligações, E_i , existentes entre os nós vizinhos de um nó dado, e o número total de ligações possíveis entre esses nós:

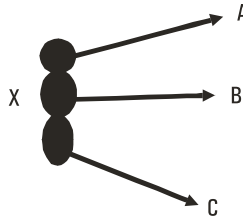
$$C_i = \frac{E_i}{k_i (k_i - 1) / 2}$$

Veja-se a seguinte ilustração, na qual existem quatro nós vizinhos de um no tomado como referência. A totalidade das ligações possíveis entre eles é = 12. Existem duas ligações (a tracejado), pelo que o coeficiente de agregação é 2/6.



Figura 8

Os meios clássicos podem ser visto como o agregado linear de diádes independentes



Produção e publicação de conteúdos nos novos media

As secções anteriores abordaram essencialmente o nível lógico dos novos meios. A posição dos meios tradicionais também fica substancialmente alterada ao nível do terceiro nível identificado por Benkler, o nível dos conteúdos. Ele assenta nos níveis físico e lógico. Recordemos de novo que, no nível físico, os meios clássicos supõem a assimetria entre uma fonte produtora exigindo altos investimentos em tecnologia e dispositivos de recepção relativamente pouco dispendiosos. Pelo contrário, a tecnologia envolvida nos novos meios participativos é no essencial *a mesma* nos pontos de “emissão” e “recepção”, a saber, o computador, o qual é um meio relativamente barato. No nível lógico, a abertura das redes – desde os protocolos da própria Internet até ao *software* das redes P2P – impede o tipo de controlo do canal de distribuição existente nos meios tradicionais. No nível mais específico dos conteúdos, é evidente que a condição da sua produção nos meios clássicos é a existência de indivíduos com a capacidade técnica e criatividade requeridas para esse efeito. São eles que representam uma grande parte do investimento que um meio de comunicação tem que despendar. No entanto, visto não ser fácil detectar onde se encontram as verdadeiras competências, desenvolveram-se diversas formas de as identificar, quer dizer, existem múltiplos processos de acreditação ou certificação social (habilitações académicas, experiência profissional em instituições elas próprias já acreditadas, ordens profissionais, etc.) que permitem julgar quem está em condições de criar. Apenas os indivíduos detentores de formas de certificação social têm, em princípio, acesso ao meio produtor e distribuidor de conteúdos, isto é, apenas têm acesso aqueles que, de acordo com as diversas formas de acreditação existentes, são “profissionais”. De seguida, os conteúdos produzidos são tornados proprietários. O processo de privatização começa com o *input* (notícias, factos, inspirações musicais ou literárias, etc.) que provém do que genericamente podemos designar por domínio público, no sentido da informação que está livremente disponível para ser usada por qualquer um. De seguida, o conteúdo produzido passa a estar protegido pela leis de propriedade intelectual. Um activo fundamental da indústria da informação e do áudio-visual são os conteúdos que a lei protege (em intensidade variável consoante o *media* em questão).

Sabe-se que este modelo de criação tem vindo a ser questionado pela Internet e redes nela assentes. Não vamos referir aqui todos os problemas que a indústria dos conteúdos enfrenta devido à existência de redes digitais abertas nas quais os mecanismos tradicionais de controlo tendem a desaparecer (cf. Machuco Rosa, 2006b) para uma análise detalhada das estratégias de protecção

da informação nos novos meios digitais). Importa sublinhar agora o aspecto propriamente participativo da produção de conteúdos. No nível lógico, as redes favorecem a participação e é um facto que essa possibilidade tem vindo a ser explorada de modo cada vez mais intensa. Mas existe uma outra condição permitindo a produção massiva de conteúdos que deve ser referida, a saber, a natureza não-rival e não-exclusiva da informação. A não-rivalidade significa que o meu consumo de informação em nada faz decrescer a sua quantidade disponível, enquanto a não-exclusividade significa que as obras sofrem um processo irreversível aquando da decisão de as tornar públicas, isto é, elas tornam-se então colectivamente apropriáveis e assim passíveis de fundar a criação de novas obras. Tomadas em conjunto, e não considerando as leis de propriedade intelectual, essas duas propriedades significam que a informação se encontra publicamente disponível, pronta para servir de *input* a nova informação (para uma análise aprofundada, cf. Machuco Rosa, 2007). Trata-se, de novo, só que agora presente na própria informação, do tipo de externalidades ou dinâmicas interactivas que já sabemos caracterizarem os sistemas abertos complexos. Em conjunto com o livre acesso e baixo custo das novas tecnologias de distribuição, a natureza pública da informação é tudo quanto basta para explicar a o surgimento de inúmeros processos distribuídos de produção de conteúdos (Benkler, 2001).

A abertura do nível lógico de produção e distribuição gera ao nível dos conteúdos uma alteração radical face aos meios tradicionais: os conteúdos passam cada vez mais a ser criados por indivíduos que não passaram pelos procedimentos tradicionais de certificação. Um número crescente de indivíduos não-acreditados tem vindo cada vez mais a tornar-se produtor e distribuidor de conteúdos. Esse modelo está presente em jornais participativos *on-line*, na concepção de um número cada vez mais gigantesco de *blogs*, em *podcasts*, em enciclopédias *on-line*, nas redes de *social networking* e muitos outros processos colaborativos dos mais diversos tipos. Os novos meios seriam *médias* autenticamente participativos ao nível dos conteúdos.

A dimensão do fenómeno tem levado alguns a pensar que um certo ideal democratizador propiciado pela Internet estaria finalmente em condições de ver a luz do dia. Relembre-se que idênticas expectativas foram antecipadas durante a primeira fase de massificação das redes de computadores, *grossa modo* durante a primeira metade da década de noventa do século passado. Nessa altura, os argumentos fundadores da expectativa giravam em torno da ideia segundo a qual a Internet era um dispositivo tecnológico dificilmente controlável do exterior e com capacidades intrínsecas de auto-regulação (cf. Machuco Rosa, 1998). Hoje, a ênfase parece ser sobretudo colocada na natureza participativa das plataformas associada à natureza pública da informação (Benkler, 2006).

É fácil afirmar que os as novas profecias acabarão por não se materializar, tal como sucedeu com as primeiras. Em nossa opinião, tal seria uma conclusão apressada. Não apenas por termos vindo a argumentar que aquilo que define os novos *mídia* é a sua natureza endogeneamente participativa. Tão ou mais importante é compreender que o advento dos novos meios se insere numa dimensão histórica que se situa para além da simples tecnologia.

A perspectiva histórica que importa manter presente é aquela que genericamente se designa por “modernidade”. Esta tem consistido na eliminação progressiva de todas as exterioridades aos indivíduos. É o movimento histórico da eliminação da natureza socialmente fundadora da religião, da eliminação das sociedades de ordens e das hierarquias tradicionais; em suma, de tudo aquilo que funde o laço social em qualquer exterioridade a indivíduos plenamente autónomos. No século XIX, já Tocqueville tinha descrito esse movimento como a inexorável tendência para uma cada vez maior

“igualdade de condições”. A crítica que se pode fazer aos primeiros arautos da natureza emancipadora da Internet não é eles terem afirmado que a Internet participa do movimento da modernidade. É antes terem aceite um determinismo tecnológico falso. Hoje em dia, quiçá possamos afirmar que certas condições tecnológicas estão preenchidas para que a “igualdade de condições” tenha mais um novo e decisivo avanço.

Ele passa pelo desaparecimento das estruturas de acreditação tradicionais, que sempre foram julgadas como um componente indispensável do funcionamento dos *media* tradicionais: desaparecimento das estruturas hierarquizadas tradicionais responsáveis pela filtragem, edição e divulgação de informação. Finalmente, cada um “teria direito à sua voz”, no sentido de se encontrarem reunidas as condições para a expressividade de cada um em meios abertos, livremente acessíveis e de alcance potencialmente global. É importante compreender em que dinâmica profunda radica a nova configuração mediática. Ela é a dinâmica ambígua do indivíduo (pós) moderno, tal como foi explicada por Tocqueville. O facto de o indivíduo ser cada vez mais pensado como autónomo não significa que ele, no mesmo movimento, não deixe de estar cada vez mais preso aos outros: o movimento universal é um movimento de diferenciação e autonomização, só que trata-se precisamente de um movimento universal, isto é, um em que todos são cada vez mais iguais na diferenciação universal de cada um; todos aspiram identicamente à diferença manifestada na singularidade tornada pública de cada um. A força última que impele o desenvolvimento dos meios participativos é doravante jamais ser o caso de apenas um número restrito de indivíduos serem o ponto de mira da atenção de todos os outros. De facto, o que significa todos terem uma página, um blog, pertencerem a comunidades de troca e publicação de informação? Significa que, literalmente, cada indivíduo é público: cada qual é um possível ponto de mira ou foco de atenção por parte dos outros. A “igualdade de condições” seria a igualdade de cada um ser igualmente o objecto da atenção por parte de todos os outros e, nessa igualdade singularmente possuída por todos, cada um ser diferente de qualquer outro; todos ocupam sucessiva e igualmente a posição central da diferença. A dinâmica imitativa do regime de externalidades em redes como que se fecha. Cada um faz o que o outro faz, aderindo à plataforma e assim fazendo aumentar o seu valor. Cada um faz o que o outro faz, isto é, imita o seu acto de se tornar público, gerando-se uma dinâmica em crescendo que a todos uniformiza na afirmação de cada um da sua diferenciadora singularidade pública. E como cada um imita o tornar-se público de cada um, então cada um é o *modelo* de qualquer outro e todos são precipitados na potencial indiferenciação total.

Tal significa que, paradoxalmente, a estrutura básica da comunicação emissor à destinatário parece ser recuperada. Contudo, trata-se agora de uma estrutura *distribuída* na qual todos podem ocupar aquela que em cada momento e em cada ponto se auto-institui como a posição central. Como, nos novos meios, todos os indivíduos se tornam potencialmente públicos, todos potencialmente emissores modelos, existe realmente a erosão de uma das últimas exterioridades mediadoras que restam, a dos meios tradicionais de comunicação de massas.

Bibliografia

- Adamic, L., Huberman, B., (1999), “Growth dynamics of the World Wide Web”, *Nature*, 400:131.
 Adamic, L. A., Lukose, R. M., Puniyani, A. R., Huberman, B. A., (2001), “Search in power-law networks”, *Phys.Rev. E* 64, 046135.

- Albert, R., Barabasi, A.-L., (2002) "Statistical mechanics of complex networks", *Rev. Mod. Phys.* 74, 47-97.
- Albert, R., Jeong, H., Barabasi, A.-L., (2000), "Attack and error tolerance of complex networks", *Nature* 406, 378-382.
- Amaral, L.A., Ottino, J.M., (2004), "Complex networks- Augmenting the framework for the study of complex systems", *Eur. Phys. J. B* 38, 147-162 .
- Arthur, W. B., (1994), *Increasing returns and Path dependence in the Economy*, University of Michigan Press, Ann Arbour.
- Battelle, J., (2005), *The Search*, Portfolio, New York.
- Benkler, Y., (2002), "Coase's Penguin, or Linux and the Nature of the Firm", *Yale Law Journal*, 112: 369.
- Benkler, Y., (2006), *The Wealth of Networks – How Social Production Transforms Markets and Freedom*, Yale University Press, New Haven.
- Berlo, D., (1960), *The Process of Communication*, Holt, Rinehart and Winsoon, New York.
- Brin, S., & Page, L., (1998), "The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Web Search Engine", *Proceedings of the 7th International World Wide Web Conference*, in: <http://google.stanford.edu>.
- Broder, A., Kumar, R., Maghoul, F., Raghavan, P., Rajagopalan, , Stata, R., Tomkins, A., Wiener, J., (2000), "Graph structure in the web", *Computer Networks* 33, 309-320.
- Capocci,V., Servedio, D., Colaioni,F., Buriol, L., Donato, D., . Leonardi, S., Caldarell, G., (2006), "Preferential attachment in the growth of social networks: the case of Wikipedia", arXiv:physics/0602026 v1.
- Clark, I., (1999), *A Distributed Decentralised Information Storage and Retrieval System*, Division of Informatics- University of Edinburgh; disponível em: <http://freenet.sourceforge.net>.
- Dorogovtsev, S., Mendes, J. F., (2003), *Evolution of Networks: From Biological Nets to the Internet and WWW*, Oxford University Press, Oxford.
- Ebel, H., Mielsch, L.-I., and Bornholdt, S., (2002), "Scale-free topology of e-mail networks", *Phys. Rev. E* 66, 035103.
- Faloutsos *et al.*, (1999), "On power-law relationships of the internet topology", *Computer Communications Review* 29, 251-262.
- Feng Fu, F., Liu, L., Yang, K., Wang, L., (2006), "Structure of Self-Organized Blogosphere", arXiv:math.ST/0607361 v1.
- Jeanneney, J.N., (1996), *Uma História da Comunicação Social*, Terramar, 1996
- Machuco Rosa, A., (1998), *Internet – Uma História*, Edições Universitárias Lusófonas, Lisboa.
- Machuco Rosa, A., (2003), *Internet – Uma História*, 2ª edição, revista, corrigida e ampliada, Edições Universitárias Lusófonas, Lisboa.
- Machuco Rosa, A., (2006a), *Cinco Lições sobre Comunicação, Redes e Tecnologias da Informação – da Cibernética ao Copyright*, Veja, Lisboa.
- Machuco Rosa, A., (2006b), "Propriedade intelectual e nova economia dos standards digitais – Antagonismo e cooperação", in *Economia da Propriedade Intelectual: entre a inovação e a protecção*, Anabela Afonso, António Machuco Rosa, Manuel J. Damásio (org.), Guerra e Paz, Lisboa, pp. 88-111.
- Machuco Rosa, A., (2007), *Os Direitos de Autor e os Novos Média*, Ângelus Novus, Coimbra.
- Machuco Rosa, A., Giro, J., (2007), "A rede de comunicação World Wide Web no domínio *.pt: métricas fundamentais", a publicar in *Observatório*.
- Newman, M.E.J., (2003), "The structure and function of complex networks", *SIAM Review* 45, 167-256.
- Pastor-Satorras, R., Vazquez, A., Vespignani, A., (2001), "Dynamical and correlation properties of the Internet", *Phys. Rev. Lett.* 87, 258701.
- Ripenau, M., *et al.*, (2002), "Mapping the gnutella network: Properties of large-scale peer-to-peer systems and implications for system design", *IEEE Internet Computing Journal*, 6, 50-57.
- Rogers, E., (1986), *Communication Technology – The New Media in Society*, The Free Press, New York.
- Sornette, D., (2002), *Why Stock Markets Crash*, Princeton University Press, Princeton.
- Starr, P., (2004), *The Creation of the Media: Political Origins of Modern Communications*, Basic Books, New York.
- Vazquez, A., (2003), "Growing networks with local rules: preferential attachment, clustering hierarchy and degree correlations". *Phys. Rev. E*, 67:056104.

CRITICISMO LUDOLÓGICO: SIMULAÇÃO ERGÓDICA (JOGABILIDADE) VS FICÇÃO NARRATIVA

Pode um poeta imitar os mesmos objectos, quer na forma narrativa (assumindo a personalidade de outros, como o faz Homero, ou na própria pessoa, sem mudar nunca), quer mediante todas as pessoas imitadas, operando e agindo elas mesmas. Consiste, pois, a imitação nestas três diferenças (...) a saber: segundo os meios, os objectos e o modo. Por isso, num sentido, é a imitação de Sófocles a mesma que a de Homero, porque ambos imitam pessoas de carácter elevado; e, noutro sentido, é a mesma que a de Aristóteles, pois ambos imitam pessoas que agem e obram directamente.

Daí o sustentarem alguns que tais composições se denominam dramas, pelo facto de se imitarem agentes [drôntas].

Aristóteles, *Poética*, 1448 a, 21-29

Where once art was at the center of moral existence, it now seems possible that play, given all its variable meanings, given the imaginary, will have that central role.

Brian Sutton-Smith, *The Ambiguity of Play*

The real irony of the «ludology vs narratology» «debate» is that virtually all the so-called ludologists are actually trained in narratology.

Espen Aarseth, «Blog entry on Umea Aarseth/Jenkins Debate»

A emergência da indústria dos videojogos como forma massificada, não apenas, de entretenimento e forma de arte, arrastou consigo, sobretudo, desde o ano de 2001 ¹, a necessidade de integrar e enquadrar este (novo) objecto de estudos no contexto das investigações académicas, nomeadamente, dos *Novos Media* e da cultura digital².

Luís Filipe B. Teixeira

Universidade Lusófona de Humanidades e
Tecnologias

¹ Sobre este ponto, ver Teixeira, 2005a e Teixeira, 2005b.

Evidentemente, como acontece sempre em casos semelhantes, as primeiras investigações neste campo do saber (que se desenvolvem como uma das linhas de investigação do criticismo ludológico) consideram o estudo dos jogos no contexto das teorias já existentes, em especial, comparativamente às teorias narratológicas³, o que não será de estranhar se se disser que, com efeito, enquanto o estudo sobre jogos tem perto de 40 anos, o sobre narrativas já leva vários séculos de avanço, sendo um dos mais influentes da nossa cultura Ocidental, iniciando-se, precisamente, com os estudos aristotélicos.⁴ Desde cedo na História da Humanidade, as narrativas representam uma das estruturas-base de organizar e dar sentido ao Mundo, já presente no discurso oral⁵. É com base neste pressuposto que os estudos narrativos foram aplicados à Literatura, à História, ao Teatro e, posteriormente, ao Cinema e aos Estudos Fílmicos, cada um deles, encontrando-lhe as suas especificidades. O mesmo se passou no caso dos jogos, indo de análises que aceitam, totalmente, o pressuposto narrativo dos jogos, àquelas que o negam, também, liminarmente. São disso exemplo os que fazem deles uma forma diferente de experiência narrativa e «ergódica», diferente, por exemplo, dos textos Oulipianos. Assim é considerado por Aarseth (2001, 2004), Eskelinen (2004) e Juul (2001). Será mesmo no seio desta discussão, que, nos anos 80 e 90, no interior das discussões em torno das Teorias sobre o Hipertexto e das narrativas digitais, usualmente, também designadas de composições não-lineares, que se colocou a hipótese de existência de «narrativas interactivas» (*interactive storytelling*) nos media digitais⁶. Um dos primeiros exemplos de aplicação destas teorias encontramo-lo, precisamente, nas designadas

² Ver, por exemplo, Myers, 2004. Sobre «a linguagem dos novos media», ver Lev Manovich, 2001.

³ Os textos essenciais desta discussão são: Janet Murray, *Hamlet on Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*, Cambridge, MIT Press, 1997; Espen Aarseth, *Cibertexto: Perspectivas sobre Literatura Ergódica*, Lisboa, Pedra de Roseta, 2005 (orig.:1997); Espen Aarseth, «Aporia and epiphany in *Doom* and *The Speaking Clock*: Temporality in ergodic art», in Marie-Laure Ryan (ed.), *Cyberspace Textuality: Computer Technology and Literary Theory*, Bloomington University of Indian Press, 1998, pp. 31-41; G. Frasca, «Ludology meets narratology: Similitude and differences between (video)games and narrative», *Parnasso* 3, Helsinquia, 1998, pp.365-371 (<http://www.ludology.org/articles/ludology.htm>); Jørgen Kirksæther, «The structure of video game narration», 1998 (<http://cmc.uib.no/dac98/papers/kirksæther.html>); Jesper Juul, «A clash between game and narrative», M.A. thesis, University of Copenhagen, Denmark, 1999 (www.jesperjuul.dk/thesis); Marie-Laure Ryan, «Beyond myth and metaphor-The case of narrative in digital media», *Game Studies*, nº 1, July 2001 (www.gamestudies.org/0101/ryan); Julian Kücklich, «Literary Theory and Computer Games» (www.cosignconference.org/cosign2001/papers/kuklich.pdf); Marie-Laure Ryan, *Narrative as Virtual Reality: Immersion and Interactivity and Electronic Media*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 2001; Gore Galore, «Literary Theory and Computer Games» (www.humanities.mcmaster.ca/~grockwell/personal/publications/Gore.Galore.pdf); Markku Eskelinen, «Towards computer game studies: Part 1: Narratology and Ludology», 2001 (www.siggraph.org/artdesign/gallery/S01/essays/0416.pdf); Geoff King e Tania Krzywinska, *ScreenPlay: Cinema/Videogames/Interfaces*, London, Wallflower Press, 2002; G. Frasca, «Ludologists love stories, too: Notes from a debate that never took place», 2003 (http://ludology.org/articles/Frasca_LevelUp2003.pdf); Gonzalo Frasca, «Simulation versus narrative: Introduction to ludology», in Mark J.P. Wolf and Bernard Perron, *Video/Game/Theory*, Routledge, 2003, pp. 221-236 (http://ludology.org/articles/VGT_final.pdf); Barry Atkins, *More than a game: The computer game as fictional form*, Manchester, Manchester Univ. Press, 2003; Julian Kücklich, «Perspectives of computer game philology», *Game Studies*, nº 3, May 2003 (www.gamestudies.org/0301/kuklich); Espen Aarseth, «Genre trouble: Narrativism and the art of simulation», in Noah Wardrip-Fruin and Pat Harrigan (ed.), *First Person: New Media as Story, Performance and Game*, Cambridge, MIT Press, 2004, pp. 45-69; Henry Jenkins, «Game design as narrative architecture», in Noah Wardrip-Fruin and Pat Harrigan (ed.), *First Person*, pp. 118-130; Eric Zimmerman, «Narrative, interactivity, play and games: Four naughty concepts in need of discipline», in Noah Wardrip-Fruin and Pat Harrigan (ed.), *First Person*, pp. 154-164.

⁴ É já clássico, o estudo publicado por Brenda Laurel, (orig.1986) no seu livro *Computers as Theatre*, em que, aplicando, precisamente, os ensinamentos extraídos da *Poética* de Aristóteles, propõe uma teoria em que o computador, como um teatro, gera interactivamente a intriga.

⁵ Como escreve W. Ong (2003,37), «A familiar instance of additive oral style is the creation narrative in *Genesis* 1:1-5, which is indeed a text but one preserving recognizable oral patterning».

⁶ Cf. Bolter, (1999) e Landow (1992, 1994). Complementar com Henry Jenkins, 2005.

(primeiras) «aventuras textuais», tipo *Adventure* (Crowther & Woods, 1976), *Zork* (Infocom, 1981), *Hobbit* (Melbourne, 1984). Nos dois primeiros casos, são jogos exclusivamente em modo textual (*Hobbit* é já um híbrido texto/gráfico), marcando a tentativa de adaptação a um novo media e em que o jogador apenas se move a partir de comandos redigidos directamente a partir do teclado «go north», «say xyz», «take the keys on the ground», «get lamp», etc. Foi esta associação entre o carácter textual e o cumprir de determinadas tarefas num ambiente narrativo lúdico e de novas funções de interacção que criou condições para novas discussões sobre as relações, por um lado, entre autor, texto e leitor (por exemplo, no âmbito das teorias sobre a autonomia do leitor); e, por outro, sobre as novas formas de «contar histórias» no contexto de um novo media. Será nesta linha que, por exemplo, deveremos compreender, sobretudo desde o início dos anos 80, o tal género de aventuras, por vezes renomeado sob a designação, bastante controversa e problemática, de *ficção interactiva*. O seu carácter controverso prende-se, não só com a sua ambiguidade conceptual, como, sobretudo, com o facto de nunca ter sido teoricamente definida. Espen Aarseth é um dos seus críticos, rejeitando-a liminarmente.⁷ Este género, que, de um modo geral, tem sido constante ao longo dos últimos quinze/vinte anos, inclui jogos desenvolvidos inicialmente sobretudo pela Infocom (trilogia do *Zork* (1981) baseada no tal *Adventure*), empresa que apresentava os seus jogos como mais perto da noção «novelesca» do que da de «jogo», género este que não é alheio aos livros de J.R.R. Tolkien, envolvendo, na(s) sua(s) estrutura(s) uma demanda no interior de «caves», «bosques», «cavernas» e o confronto com elfos, dragões e fadas, pela conquista de «tesouros». É o caso da já referida aventura híbrida textual/gráfica *Hobbit* (Melbourne, 1984). Um dos pontos altos de desenvolvimento deste género de aventuras será, sem dúvida o jogo *Myst* (Cyan, 1993), que marcará como que um novo paradigma lúdico, tentando-se diferenciar dos jogos existentes até aí, precisamente, como é dito no próprio jogo, pelo uso excessivo de violência e de mortes⁸ Contudo, este género, bem como a sua designação, também é passível de alguma discussão crítica quando aplicada aos jogos em ambientes virtuais.⁹

Independentemente dos modos de abordagem e dos seus desenvolvimentos posteriores, bem como da nossa aceitação, ou não, das teorias em que elas assentam e se desenvolvem, historicamente, estas perspectivas narratológicas marcam o começo das preocupações científicas e académicas por esta realidade, para além das questões meramente computacionais e de programação, independentemente, como é óbvio, da história dos jogos em ambientes virtuais ser parte de uma história da(s) tecnologia(s).

No entanto, se haverá, porventura, jogos em que a composição «narrativa» é por demais evidente, no entanto, haverá outros em que ela é (claramente) substituída pela componente «jogabilidade» e pelos mecanismos de (pura) simulação¹⁰. Por exemplo, uma coisa é a «representação» (imagética) da cidade de Londres e outra, bem diferente, a «simulação» (maquinica) de uma cidade de *Sim City*, obedecendo a um «modelo» que inclui «regras» (de comportamento). Ou seja,

⁷ Aarseth, 2004, 2005, 2006a e 2006b.

⁸ *Myst é real e, tal como na vida real, não se morre a cada cinco minutos. De facto, você provavelmente não pretende, de todo, morrer. A chave de Myst é perder-se nesta exploração virtual fantástica e agir e reagir como se estivesse realmente lá.* Assim é descrita a essência do jogo!

⁹ Sobre tudo isto e para «uma breve história do género», ver Aarseth, 2005, pp. 119 e sgs.

¹⁰ E aqui, utilizamos a noção de simulação como categoria «não-narrativa» nem «interactiva», isto é, no sentido que lhe é dada pela definição apresentada por Frasca (2001): «Simulation is act of modeling a system A by a less complex system B, which retains some of A's original behavior». Cf. Frasca, 2001a. Ver, igualmente, Teixeira, 1992, 2003b e 2004a.

enquanto uma narrativa **descreve** acontecimentos particulares, passíveis de serem generalizados para se inferirem as regras; os jogos, enquanto simulações, baseiam-se em regras gerais que podem ser aplicadas a casos particulares, possibilitando a «experimentação» e a possibilidade de se «modelar» as regras que governam o sistema.¹¹ Como refere Frasca,

*try to teach somebody to use gears of a car just showing him a movie or a book. A Simulator (as na actual car) can definitively do a better Job, because the simulation can portray certain rules like "if you release the shift very quicly, the car will shake and engine will probably stop" with first-hand experience of the actual relationship between the shift, gear and engine.*¹²

Será, pois, fácil de constatar que é deste confronto de hermenêuticas que deriva a necessidade de verificar, segundo os modelos teóricos existentes, quais as características principais deste novo objecto de estudo como forma de verificar aquelas que melhor se adequam à nossa análise. E, evidentemente, a questão que *prima facie* se coloca, e que já tem vindo a ser referida, com maior ou menor insistência e acutilância, por outros teóricos, é saber se este novo objecto de estudo, designado de «videojogo» ou de «jogo de computador», não obriga à construção de novas categorias hermenêuticas, por implicar uma actividade, em termos de experiência, diferente, daquela analisada, em termos formais, pelas metodologias em causa. Segundo esta linha diferenciadora de investigação (usualmente designada de «essencialista» ou «ontológica»¹³), os jogos caracterizam-se, essencialmente, por serem «simulações», obedecendo a «regras» e não pelos seus elementos representativos, isto é, pela «jogabilidade» que permitem (ou será que a palavra certa aqui será «obrigam»?) e não pelo seu mimetismo.¹⁴ O exemplo paradigmático deste ponto de vista teórico será o jogo *Tetris (the most successful abstract computer game ever)* (Eskelinen, 2001, 14), a que corresponde um padrão (formal) «lúdico» (abstracto) por excelência e em que a acção do jogador se limita a «jogar», defendendo-se, pois, que a única e legítima forma de análise dos jogos é abordá-los sob o ponto de vista do formalismo abstracto. Como escreve Eskelinen,

if I throw a ball at you I don't expect you to drop it and wait until it starts telling stories. (Eskelinen, 2001, 1)

Para esta linha de investigação, jogar é uma «prática configuradora», diferente da «prática interpretativa» presente na função literária, teatral ou fílmica¹⁵, sendo a «experiência de jogo»

¹¹ As simulações são «dynamic systems that produce outcomes, and in order to understand dynamic systems we can use tools as cybernetics and simulation theory», Frasca, 2001a, 2. Ou seja, pegando na tipologia triádica estabelecida por Baudrillard para as categorias de simulacros, i.e., «baseados na informação, no modelo, no jogo cibernético ? operacionalidade total, hiper-realidade, objectivo de controle total» (Baudrillard, 1991, 151), nos videogames estamos perante os «simulacros de simulação», sendo das três, a que ainda nos pode verdadeiramente interessar. Escreve ele: «Entre o *operático* (o estatuto teatral, de maquinaria teatral e fantástica, a «grande ópera» da técnica) que corresponde à primeira categoria, o *opratório* (o estatuto industrial, produtivo, efectuator de potência e de energia) que corresponde à segunda categoria), e o *operacional* (o estatuto cibernético, aleatório, flutuante da «metatécnica») que corresponde à terceira categoria, todas as interferências podem ainda produzir-se hoje ao nível da ficção científica. Mas só a última categoria pode ainda verdadeiramente interessar-nos» (*ibidem*, 158).

¹² Frasca, 2001a, 3.

¹³ Ver Aarseth, 2006a e 2006b.

¹⁴ Cf. Jesper Juul, «The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness» (www.jesperjuul.net/text/gameplayerworld/); e Jesper Juul, 2005.

¹⁵ «Na arte temos de configurar para sermos capazes de interpretar, enquanto nos jogos temos de interpretar para sermos capazes de configurar e actuar do princípio até à vitória ou até qualquer outra situação», Eskelinen (2001, 4).

(«gaming situation») uma combinação de fins, meios, regras, equipamentos e acção manipuladora. Ao contrário do que se passa numa das funções narrativas, tal como é definido por Christian Metz e que Eskelinen cita, em que se trata de «inventar um esquema de tempo em termos de outro esquema de tempo»; nos jogos, contrariamente, só existe um esquema de tempo: «o movimento do início até à vitória ou a qualquer outra situação» (Eskelinen, 2001, 3). Ainda segundo este autor, Janet Murray, por exemplo, no seu livro *Hamlet on holodeck*¹⁶ em vez de estudar o *Tetris* como um «jogo», tenta interpretá-lo à luz de um suposto conteúdo «narrativo», projectando nele conteúdos que lá não estão, consequentemente, pouco ou nada se aprendendo sobre o que faz do jogo soviético *Tetris* um jogo. Estes jogos tipificam aquilo que se poderia designar por «modelo clássico de jogo», em que o «ganhar» ou «perder» está associado a um melhor ou pior desempenho, a que corresponde uma melhor ou pior pontuação. (No entanto, nem todos serão assim, não é verdade?) Desde essa altura, e sobretudo entre 1977 e 1993, eles foram essencialmente dominados por aqueles que são para ser jogados por um único jogador, sendo com o *Doom* (ID Software, 1993) (passível de ser jogado por vários jogadores simultaneamente a partir da ligação a múltiplos computadores) que se abre, apesar da sua quase sempre referida excessiva violência, não só quer um novo género («3d shooter or FPS-first person shooter»), quer o que virá a ser o que poderíamos designar por noção «tribal» de jogo e/ou de *multi-jogador* (MUD-*multi-user dungeons*). Para esta emergência não serão alheios factores culturais e históricos, independentemente da componente tecnológica, nomeadamente, a ideia de «computador pessoal» e, em 1990, a emergência da Internet fora dos domínios estritamente académicos, factores que, conjugados, resultam na ideia do «indivíduo-enquanto-parte-de-uma-rede». ¹⁷

Esta posição de um certo radicalismo (englobando, segundo Murray, uma ideologia – o essencialismo lúdico – e uma metodologia – a ênfase nas propriedades formais), já gerou acusações de «colonialismo» teórico (desta corrente por parte dos que defendem a noção de «narrativa» nos jogos); e de ânsia de protagonismo («*anxiety of influence*», H. Bloom) por parte, nomeadamente, da própria J. Murray, no sentido em que este radicalismo ludológico, segundo ela, parte do desejo (obsessivo) destes investigadores se afastarem da tradição onde nasceram, debatendo-se, assim, com os fantasmas da sua própria criação (Murray, 2005). Este modo de abordar o problema já levou a alguns artigos fundamentais, nomeadamente, em termos de uma distinção de categorias. São disso exemplo Zimmerman (2004a) e Juul (1999, 2001). ¹⁸

No entanto, em termos conclusivos, e como refere Frasca (Frasca, 1998), será preciso delimitar os campos, por exemplo, entre «ludologia» e «narratologia», ou entre «composição narrativa» e

¹⁶ 1997, 143-144.

¹⁷ De entre um número já vasto, que se inicia entre os anos de 1984 a 1990 sobre a evolução das redes caseiras de computador nos anos 80, e que passou para a análise das formas tecnológicas que levaram à concepção de um modelo (ou modelos) semiótico genérico de jogo, defendido e desenvolvido por David Myers, destacaremos os seus artigos obrigatórios: «Computer game genres», *Play & Culture*, 3, 1990, pp. 286-301; «Computer game semiotics», *Play & Culture*, 4, 1991, pp. 334-345; «Simulating the self», *Play & Culture*, 5, 1992, pp. 420-440; «Time, symbol manipulation, and computer games», *Play & Culture*, 5, 1992, pp. 441-457; «Simulation as play: A semiotic analysis», *Simulation & Gaming*, 30, 1999, pp. 147-162; «Simulation, gaming, and the simulative», *Simulation & Gaming*, 30, 1999, pp. 482-489; (2004), «The anti-poetic: Interactivity, immersion, and other semiotic functions of digital play», in A. Clarke (ed.), *COSIGN2004*; «The aesthetics of anti-aesthetics», in R. Klejver (ed.), *Aesthetics of Play*, Conference Proceedings (online), Bergen, Norway, University of Bergen, 2005; «Signs, symbols, games, and play», *Games and Cultures*, vol. 1, number 1, Jan. 2006, pp. 47-51. A estes artigos há a acrescentar a leitura do seu livro *The Nature of Computer Games: Play as Semiosis*, 2003 (disponível em www.loyno.edu/%7Edmyers/pdf_temp/)

¹⁸ Sobre tudo isto, cf. Neitzel (2005).

«jogabilidade»¹⁹, não negando os seus eventuais pontos de contacto mas, sobretudo, salientando as suas diferenças essenciais e as suas dinâmicas próprias (Frasca, 2003a, 2003b), por exemplo, delimitando o que há de «lúdico» nas narrativas (tal como são concebidas classicamente) e o que há, em certos casos, de «narrativo» no «jogo»²⁰. Isto implica, evidentemente, em termos de pressuposto, um ponto de vista criticista a respeito, quer do «panludismo» cultural, quer do «pan-narrativismo».

Assim, diríamos que os ludólogos serão todos aqueles investigadores, mesmo aqueles formados na tradição narratológica, para quem os mecanismos lúdicos estão para além da mera análise da estrutura narratológica, por exemplo, concebendo o videojogo na sua «ergodicidade»²¹, isto é, na sua base onto-fenomenológica, o que será o mesmo que dizer, na sua «jogabilidade», «regras» e «cenário de jogo» (e temos assim o «programa de investigação»). A «jogabilidade» definirá as «acções», «estratégias» e motivos dos jogadores; as «regras» (incluindo as de simulação), definirão a «estrutura do jogo»; por fim, o «cenário de jogo», o conteúdo ficcional, a concepção topológica, texturas, etc. Assim, o criticismo ludológico terá por objecto a compreensão dos mecanismos estruturais, gnoseológicos e fenoménicos (sobretudo, de simulação), bem como os elementos lúdicos ? em particular, as suas regras ?, preocupando-se em construir as genealogias, tipologias e modelos presentes nos jogos, sobretudo, por relação com a consciência do sujeito lúdico, pois, a limite, nunca nos deveríamos esquecer que é sempre o Homem que é «extensão do homem», sendo o computador uma extensão orgânica da nossa Consciência (por mais artificial que a inteligência seja, ela é sempre humana)!! Neste sentido, os videojogos exigem do hermeneuta capacidades **performativas retro-activas directas do sistema**, pois a compreensão (extensiva) de um jogo passa, obrigatoriamente, pela acção de o jogar, percepcionando-o no seu «processo simulatório». Quanto ao resto, apenas (e já não é pouco!) teremos de estar de sobreaviso para verificar se a teoria elaborada nos diz algo de novo sobre o(s) jogo(s) ou se, outrossim, apenas serve para se auto-validar.

Bibliografia

- Aarseth, E. (2006a) «From Hunt the Wumpus to EverQuest: Introduction to Quest Theory» (texto cedido, por mail, pelo autor).
- Aarseth, E. (2006b) «Doors and perception: Fiction vs simulation games» (texto cedido, por mail, pelo autor).
- Aarseth, E., (2005) *Cibertexto: Perspectivas sobre Literatura Ergódica* (orig.:1997), Pedra de Roseta, Lisboa.
- Aarseth, E., (2004) «Genre trouble: Narrativism and the art of simulation», in Noah Wardrip-Fruin and Pat Harrigan; *First Person: New Media as Story, Performance, and Game*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London, England, pp. 45-54
- Aarseth, E., (2001) «Computer games studies: Year one», in *Gamestudies: The International Journal of Computer Game Research*, nº 1, Julho, Editorial.
(www.gamestudies.org/0101/editorial.html).
- Aarseth, E., (1994) «Nonlinearity and literary theory», in George Landow (org.), *Hyper/Text/Theory*, Johns Hopkins University Press, Baltimore, pp. 51-86.
- Aristóteles (1990) *Poética*, tradução de Eudoro de Sousa, 2ª edição, Imprensa Nacional-Casa da Moeda, Lisboa.

¹⁹ Por exemplo, sobre as implicações sociais e filosóficas do «jogar» e da cultura computacional, ver Sherry Turkle, 1989 (orig. 1984) e 1997 (orig. 1995).

²⁰ Sobre este ponto, ver Ryan, Marie-Laure (2001), sobretudo sobre «o texto como mundo» versus o «texto como jogo» (175-203).

²¹ Termo que fazemos derivar da noção de «ergódico» proposto por Espen Aarseth (Aarseth, 2005).

- Baudrillard, J., (1991) *Simulacros e Simulação*, Relógio d'Água, Lisboa (orig., 1981)
- Bolter, J., Grusin, R., (1999) *Remediation: Understanding New Media*, MIT Press, Cambridge.
- Cassell, J. e Jenkins, H. (org.) (1998), *From Barbie to Mortal Combat: Gender and Computer Games*, MIT Press, Cambridge.
- Eskelinen, M., (2004) «Towards computer game studies. Introduction: Ludology and Narratology» (www.electronicbookreview.com/v3/servlet/ebrev?essay_id=eskelinen&command=view_essay)
- Eskelinen, M., (2001) «The gaming situation», in *Gamestudies: The International Journal of Computer Game Research*, nº 1, Julho (www.gamestudies.org/0101/eskelinen)
- Fink, E., (1966), *Le Jeu comme Symbole du Monde*, Minuit, Paris, (orig. 1960) (<http://www.ludology.org/articles/ludology.htm>)
- Frasca, G., (2003a) «Simulation versus narrative: Introduction to ludology», in Mark J.P. Wolf and Bernard Perron, *Video/Game/Theory*, Routledge, London. (http://ludology.org/articles/VGT_final.pdf)
- Frasca, G., (2003b) «Ludologists love stories, too: Notes from a debate that never took place» (http://ludology.org/articles/Frasca_LevelUp2003.pdf)
- Frasca, G., (2001a) «Simulation 101: Simulation *versus* representation» www.ludology.org/articles/sim1/simulation101c.html
- Frasca, G., (2001b) «Videogames of the oppressed – videogames as a means for critical thinking and debate» (<http://www.ludology.org/articles/thesis/>)
- Frasca, G., (1998) «Ludology meets narratology: Similitude and differences between (video)games and narrative», *Parnasso* 3, Helsinquia, pp.365-371
- Herz, J.C., (1997) *Joystick Nation: How Videogames ate our Quarters, Won our Hearts, and Rewired our Minds*, Little Brown and Company, London.
- Konzac, L., (2002) *Computer Game Criticism: A Method for Computer Game Analysis*, p.89
<http://imv.au.dk/~konzack/tampere2002.pdf> Laurel, B., (1991) *Computer as Theatre*, Addison Wesley, London (6ª ed. 1998).
- Jenkins, H., (2005) «Transmedia storytelling», *MIT Technology Review*, January 15, 2003 (www.technologyreview.com/articles/03/01/wo_jenkins011503.asp)
- Juul, J., (2005) *Half-Real: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds*, MIT Press, Cambridge.
- Juul, J., (2000) «What computer games can and can't do», paper presented at the Digital Arts and Culture, Bergen, August 2-4 (www.jesperjuul.dk/text/wcgacad.html)
- Juul, J., (2001) «Games telling stories?? A brief note on games and narratives» www.gamestudies.org/0101/juul-gts/
- Juul, J., (1999) «A clash between game and narrative», M.A. thesis, University of Copenhagen, Denmark (www.jesperjuul.dk/thesis)
- Landow, G.P., (1992) *Hypertext. The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*, Johns Hopkins University Press, Baltimore.
- Landow, G.P., (org.) (1994) *HyperText/Theory*, Johns Hopkins University Press, Baltimore.
- Manovich, L., (2001) *The Language of New Media*, MIT Press, Cambridge.
- McLuhan, M., *Understanding de Media*. London, 1995 [«Games: The Extension of Man»]
- Murray, J., (2005) «The last word on ludology vs narratology in game studies www.lcc.gathec.edu/%7murray/digra05/lastword.pdf
- Murray, J., (1997) *Hamlet on Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*, MIT Press, Cambridge.
- Myers, D., (2004) «The anti-poetic: Interactivity, immersion, and other semiotic functions of digital play», Cosign 2004, 14-16, September 2004, University of Split (Croatia)
- Neitzel, B., (2005) «Narrativity in computer games», in Joost Raessens and Jeffrey Goldstein (org.), *Handbook of Computer Games Studies*, MIT Press, Cambridge, pp. 227-245.
- Ong, W.J., (2003) *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*, Routledge, London and New York.
- Pearce, C., (2003) «Into the labyrinth: Defining games research», in *The Ivory Tower* (www.igda.org/columns/ivorytower/ivory_may03.php)
- Pearce, C., (2004) «Towards a game theory of game», in Noah Wardrip-Fruin and Pat Harrigan *First Person: New Media as Story, Performance, and Game*, MIT Press, Cambridge, pp. 143-153.

- Poole, S., (2000), *Trigger Happy: The Inner Life of Videogames*, Fourth Estate, London.
- Rockwell, G., (2002) «Gore galore: Literary theory and computer games», preprint in Rockwell, G., «Gore Galore: Literary Theory and Computer Games», *Computers and Humanities*, vol. 36, nº 3, 2002, pp. 345-358. (www.humanities.mcmaster.ca/~grockwell/personal/publications/gore.galore.pdf)
- Ryan, M., (2001) *Narrative as Virtual Reality: Immersion and Interactivity and Electronic Media*, Johns Hopkins University Press, Baltimore.
- Ryan, M., (2003) «On defining narrative media», in *Image & Narrative*, Online magazine of the visual narrative, February (<http://www.imageandnarrative.be/mediumtheory/marielauryan.htm>)
- Teixeira, L.B., (2005a) «Jogo #1/Nível #3:Ludologia: Uma disciplina emergente?» (texto-base da comunicação ao 4º Congresso da SOPCOM-Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação: Repensar os Media: Novos Contextos da Comunicação e da Informação)(Universidade de Aveiro, Outubro 2005) (versão electrónica das respectivas Actas-ISBN 972-789-163-2) <http://luisfilipeiteixeira.com/ensaios.php?cat=3&ensaio=10>
- Teixeira, L.B., (2005b) «Comunicação e Ludicidade», texto de apresentação da mesa temática sobre «Comunicação e Ludicidade» (em co-autoria com Conceição Lopes) do 4º Congresso da SOPCOM-Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação: Repensar os Media: Novos Contextos da Comunicação e da Informação)(Universidade de Aveiro, Outubro 2005) (versão electrónica das respectivas Actas-ISBN 972-789-163-2) <http://luisfilipeiteixeira.com/ensaios.php?cat=3&ensaio=12>
- Teixeira, L. B., (2004a) *Hermes ou a Experiência da Mediação (Comunicação, Cultura e Tecnologias)*, Pedra de Roseta, Lisboa (sobretudo, capítulo IV: «Prolegómenos a uma Teoria Ludológica», pp. 155-192.
- Teixeira, L. B., (2004b) «Ludologia (jogo #1/nível #2) Em torno da fenomenologia do jogo cerimonial: Do lúdico categoria operatória do sagrado», in *Caleidoscópio* nº 4, sobre *Cultura de Jogos*, 2004 (reedição em *Hermes ou a Experiência da Mediação (Comunicação, Cultura e Tecnologias)*, Pedra de Roseta, Lisboa, 2004, pp. 187-192) <http://luisfilipeiteixeira.com/ensaios.php?cat=3&ensaio=24>
- Teixeira, L. B., (2003a) ««Ludologia.(Jogo #1/Nível #1):Do instinto de jogo aos jogos do imaginário» in *Comunicação e Sociedade*, Universidade do Minho, 2003, pp.163-179. (reedição em *Hermes ou a Experiência da Mediação (Comunicação, Cultura e Tecnologias)*, Pedra de Roseta-Edições e Comunicação, Lda, Lisboa, 2004, pp. 157-174) <http://luisfilipeiteixeira.com/ensaios.php?cat=3&ensaio=13>
- Teixeira, L. B., (2003b) «Ludologia (Jogo #2/Nível #1). Retrato do Mesmo (Homem) enquanto Outro: Breves notas sobre (ciber)simulações lúdicas», in www.ciberscopio.net (secção cibersimulação), Coimbra capital da cultura, Outubro de 2003 (reedição em *Hermes ou a Experiência da Mediação (Comunicação, Cultura e Tecnologias)*, Pedra de Roseta, Lisboa, 2004, pp. 175-185) <http://luisfilipeiteixeira.com/ensaios.php?cat=3&ensaio=14>
- Teixeira, L. B., (org.)(2003c) *Cultura de Jogos*, revista *Caleidoscópio*, nº 4, Edições Universitárias Lusófonas, Lisboa.
- Teixeira, L. B., (1992) *O Nascimento do Homem em Pessoa: A Heteronímia como Jogo da Demiúrgia Divina*, Cosmos, Lisboa, sobretudo pp. 59-64.
- Turkle, S., (1997) *A Vida no Ecrã: A Identidade na Era da Internet*, Relógio d'Água, Lisboa, (orig. 1995).
- Turkle, S., (1989) *O Segundo Eu: Os Computadores e o Espírito Humano*, Presença, Lisboa (orig. 1984).
- Zimmerman, E., (2004a) «Narrative, interactivity, play and games: Four naughty concepts in need of discipline», in Noah Wardrip-Fruin and Pat Harrigan; *First Person: New Media as Story, Performance, and Game*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts, pp. 154-164.
- Zimmerman, E., Salen K., (2004b) *Rules of Play: Game Design Fundamentals*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts.

DELEUZE: COMUNICAÇÃO, CONTROLO, PALAVRA DE ORDEM

Há um enunciado esplêndido num filme de Herzog. Interrogando-se, a personagem do filme diz: quem dará uma resposta a esta resposta? Não há nenhuma questão, com efeito, não se responde senão a respostas.

Gilles Deleuze e Félix Guattari, *Mille Plateaux*, 139

Em alguns dos seus textos, em alguns dos seus últimos textos, alguns com Félix Guattari, pode parecer que Gilles Deleuze terá colocado em questão, por uma razão ou por outra, a comunicação. Identificou-a ao sistema do controlo e opô-la normalmente à criação – e opô-la tanto à filosofia quanto à arte. Controlo: *a comunicação é a transmissão e a propagação de uma informação* – e quando somos informados *dizem-nos aquilo em que é suposto acreditarmos*. As palavras são, desta maneira, actos – actos puros. São estes actos, é isto que define a «palavra de ordem», esta relação íntima do que é dito com pressupostos implícitos, com o que *é suposto*. E sobretudo com este pressuposto, no caso: é-nos exigido, não tanto que acreditemos, mas «que nos comportemos como se acreditássemos¹». Ora, é assim que o controlo funciona, é mesmo assim que o controlo funciona, não é preciso mais: *que nos comportemos como se... aceitássemos, como se pensássemos... como se fosse assim*. Este comportamento certifica o funcionamento,

¹ Gilles Deleuze, “Qu’est-ce que l’acte de création?”, conferência proferida em 17 de Março de 1987 na FEMIS, Paris, publicada integralmente pela primeira vez em *Trafic*, nº 27, Paris, P.O.L., Outono de 1998, pp. 133-142, e reeditada com o mesmo título em Gilles Deleuze, *Deux Régimes de Fous. Textes et Entretiens 1975-1995*. Édition préparée par David Lapoujade, Les Éditions de Minuit, Paris, 2003, pp. 291-302.

isto é, o próprio controlo. *Ver um telejornal como se nos estivessem a dizer qualquer coisa. Assistir a uma reunião como se fossem importantes os seus assuntos e o que lá é dito.* É assim que funciona a palavra de ordem. A comunicação, para Deleuze, não é a festa permanente, é aproximadamente isto que acabámos de dizer. Ainda que comunicar não seja necessariamente mau, nem para Deleuze, também não é de maneira nenhuma necessariamente a felicidade – e em alguns dos seus últimos textos, comunicar surge enquanto o oposto de criar e resistir².

Deleuze chama *sociedades de controlo* às nossas sociedades, classificando assim a mutação em curso nas *sociedades disciplinares* estudadas por Michel Foucault. As sociedades de controlo funcionam por intermédio de controlo contínuo e de comunicação instantânea e não pelos tradicionais «encerramentos» que estão a deixar de o ser (que estão a deixar de o ser da mesma maneira): escola, prisão, hospital, fábrica, caserna, etc. Por conseguinte, como é evidente, na sociedade de controlo, comunicação é o que não falta: «Nós não temos falta de comunicação, temos comunicação em demasia, falta-nos é criação. *Falta-nos resistência ao presente*³.» *Resistência ao presente*, dado que o presente inexistente do tempo cronológico é o tempo da rápida solicitação, da narcose da «interactividade», anulando quaisquer tempo e espaço próprios ao intersubjectivo, mas mais ainda, inviabilizando qualquer acontecimento, tal como sucede a Irene em *Europa 51*, na fábrica, diante dos movimentos automáticos das máquinas, imparáveis, o cerco sonoro amplificando cada vez mais. E, nos nossos dias, quotidianamente, em casa, na rua, o cerco sonoro e visual, e o cerco informático, acentuam-se cada vez mais. Quer dizer, nas sociedades de controlo estamos cada vez menos fechados e cada vez mais cercados, *datados*. Daí que Deleuze diga que «a busca dos “universais de comunicação” é suficiente para nos assustar»⁴... Um «universal de comunicação» seria o cerco-mor, no pensamento. De qualquer maneira, isto não quer dizer que se vai de mal a pior. Quer dizer que o pior muda e que o melhor pode não ser tão encantador assim. Surgirão também outras formas de resistência, que são necessárias – além disso, é certo, surge também uma nova delinquência.

Deleuze colocou em causa com veemência a tentativa de *indexação* da filosofia pela comunicação, todo um movimento no seio das ciências humanas em geral, e da filosofia em particular, gerado no final dos anos setenta na esteira de alguns autores alemães, cujo mais célebre será Jürgen Habermas. Neste aspecto, talvez muito disso tenha vindo, mesmo directamente, do confronto com os «nouveaux philosophes», cuja «novidade real, diz Deleuze, foi terem introduzido em França o marketing literário e filosófico». Talvez Deleuze tenha começado a ver «o que é» a comunicação e a lançar as seus breves ataques a partir daí. E uma das razões que dava para explicar a emergência desse movimento – «problema mais geral» – assentava precisamente no facto de o jornalismo tomar cada vez mais consciência de criar o acontecimento e de se auto-descobrir

² Resistir tem uma conotação particularmente activa em Deleuze. Um «acto de resistência» consiste em fazer o que resiste, consiste num *combate-entre*: «o combate-contra procura destruir ou repelir uma força (...) mas o combate-entre procura, pelo contrário, apropriar-se de uma força para a tornar sua. O combate-entre é o processo pelo qual uma força se enriquece (...)» – Gilles Deleuze, *Critique et Clinique*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1993, p. 165.

³ Gilles Deleuze e Félix Guattari, *Qu'est-ce que la Philosophie?*, Éditions de Minuit, Paris, 1991, p. 104. Mais alguns textos onde surgem referências de teor semelhante: *L'Image-Temps*, Les Éditions de Minuit, 1985; «Les intercesseurs», entrevista com Antoine Dulaure e Claire Parnet, in *L'Autre Journal*, nº 8, Outubro de 1985 – reeditada em *Pourparlers*, Les Éditions de Minuit, Paris, 1990, pp.165-184; «Signes et événements», entrevista com Raymond Bellour e François Ewald, in *Magazine Littéraire*, nº 257, Setembro de 1988 – reeditada em *Pourparlers*, op. cit., pp.185-212; também, nesta última obra, «Contrôle et devenir», *ibidem*, pp.229-239 e «Post-scriptum sur les sociétés de contrôle», *ibidem*, pp.240-247.

⁴ Gilles Deleuze, «Contrôle et devenir», in *Pourparlers*, op. cit., p. 237.

enquanto um pensamento autónomo e suficiente⁵. O que quer dizer que, a partir de certa altura, tudo aquilo que para os *media* ainda se mantinha fora deles (e por isso em falta neles) passou a poder ser substituído por eles, e no seu próprio interior: cultura, saber, literatura, arte, política, etc. E pouco antes Deleuze escrevera um belo texto sobre uma série de filmes para televisão de Jean-Luc Godard («*Six fois deux – sur et sous la communication*»), que o terão posto a pensar na comunicação... e no cinema⁶. E depois, com Guattari, em *Mille Plateaux*, e tal como Nietzsche recusara a verdade enquanto elemento da linguagem, assim recusam Guattari e Deleuze que a linguagem possa ser informativa e comunicativa⁷. Além disso, há ainda a deleuziana ideia de «acontecimento», um suposto terreno dos *media* – mas... «é a arte, não os *media*, que pode captar o acontecimento»⁸. Porque a arte não se dirige, não pode dirigir-se àquilo que é importante ou àquilo que *é suposto ser* importante, mas ao que não tem importância nenhuma, a esse encolher abissal e a esse distender abissal, a esse infinito que há em tudo, em todos os momentos, a todo o momento. Porque a arte é o que resiste, enquanto que a comunicação é a rapidez da substituição. Evidentemente que os «grandes acontecimentos» têm nos *media* os seus actores-difusores: eleições, guerras, debates, fins-de-semana, crimes, celebridades, presidentes, «designios nacionais», etc.... Mas... *agora presto atenção ao entrançado da cadeira de verga e mesmo o bater de asas de uma borboleta pode mudar o curso da história* (Jonas Mekas, que dizia: *cinema is between the frame*).

Será tudo isto suficiente para apresentar Deleuze como um «caso» de uma «filosofia crítica da comunicação»? Sem dúvida que não. Aliás, nem é isso que está em causa, porque tudo isto é de mais, quer dizer, tem um alcance que vai muito além da comunicação enquanto meios de comunicação e sua economia e política, enquanto alvo do inquérito filosófico ou enquanto disciplina universitária. A comunicação é um «campo» muito equívoco, equívoco que pode conjunturalmente servir alguns, mas que não ajuda a clarificar, a precisar o que se quer e do que se fala quando se fala de comunicação. Normalmente não se sabe exactamente do que se está a falar, mas... já se sabe que é uma coisa «importante».

Numa obra de Kant sobre o conflito das faculdades (*Der Streit der Fakultäten*, 1798), Faculdade enquanto faculdade do espírito é muitas vezes indiscernível de Faculdade enquanto faculdade institucional. O mesmo se pode passar aqui mesmo, na comunicação, e aqui mesmo, neste texto. E talvez seja mais complicado ainda, filosofia e comunicação, comunicação e filosofia. Não podemos saber bem quando é que a comunicação e a filosofia são disciplinas de saber com os seus objectos, os seus métodos e os seus discursos, ou quando são departamentos universitários em relação ou conflito no mercado do ensino e da promoção científica, ou quando correspondem a estados de coisas, tal como quando se diz os «meios de comunicação» ou uma «filosofia de vida». Por isso, deliberadamente, não usaremos aqui aspas rodeando os termos comunicação e filosofia – não só por ser difícil usá-las com propriedade, mas por nos parecer inútil.

⁵ Gilles Deleuze, «À propos des nouveaux philosophes et d'un problème plus général», in *Deux Régimes de Fous. Textes et Entretiens 1975-1995*, op. cit., pp. 127-134. [Original: suplemento de *Minuit*, nº24, Maio de 1977.] Alguns «nouveaux philosophes»: Bernard Henry Lévy, André Glucksmann, Maurice Clavel, Jean-Marie Benoist.

⁶ Gilles Deleuze, «Trois questions sur *Six Fois Deux*», in *Pourparlers*, op. cit., pp.55-66 [Original: *Cahiers du cinéma*, nº 271, Novembro de 1976.]

⁷ «20 novembre 1923 – Postulats de la linguistique», capítulo 4 de *Mille Plateaux*, Les Éditions de Minuit, Paris, 1980. Para além desse «postulado» posto em causa, mais três o são também: a ausência de determinação extrínseca à língua; a língua enquanto um sistema homogéneo; primado de uma língua maior.

⁸ Gilles Deleuze, «Sur Leibniz», in *Pourparlers*, op. cit., p. 218.

Parece que a comunicação, de alguns anos a esta parte, tem sido um campo frutuoso para a filosofia. Pergunta: por que é que a filosofia quer comunicar – porquê este afã? E pode perguntar-se também, em contrapartida: será que a comunicação quer filosofar? Claro está que a filosofia não possui nenhum privilégio sobre o pensamento e, prudentemente, não se arrisca hoje em dia a reivindicá-lo. Querendo talvez fazer prova de actualidade, ligar-se ao que é «importante», desejando preservar-se, a filosofia tem vindo a pretender dizer (alguns em seu nome, assim é que é) o que a comunicação é, e, mais, a pretender «fundar» a comunicação. O que quererá isso dizer? A que resultados se pretende chegar? E já que a filosofia quer dizer «o que é» a comunicação, pode também a comunicação dizer «o que é» a filosofia? Quanto a isto, parece que não, porque a filosofia é que pretende dizer «o que é». Mas se a comunicação não pode dizer o que é, o que é que a comunicação pode fazer, quer da filosofia, quer de si mesma? De repente, descobre-se que Platão, descobre-se que Kant – são exemplos – «tinham» uma teoria da comunicação e da «mediação». E quem diz esses diz outros, que, de maneiras diferentes, umas vezes «invertendo», outras vezes «regressando»... outros porque inevitavelmente acabaram por escrever a palavra comunicação, logo por isso «pensaram» a comunicação e também têm a sua teoria da comunicação... e da «mediação». Por isso, em saber bem todas essas «perspectivas» ou «filosofias» e em saber bem «o que é» a comunicação tem encontrado a filosofia todo um conjunto de problemas que «urge reflectir». Mais ainda, diz-se por vezes que a filosofia não é senão comunicação (de maneira diferente do que quando se diz, dando a entender que se está a dizer alguma coisa, que a arte não é senão comunicação – ao que se pode responder que comer não é senão comunicação...). Mas a verdade, porém, é que não se conseguiu extrair com isso – eis uma das críticas de Deleuze – nenhum conceito. Fala-se de comunicação, mas não se agarra nada de concreto conceptualmente:

- **Didier Eribon:** *ao elaborarem a vossa definição da filosofia enquanto criação de conceitos, vocês atacam particularmente a ideia de que a filosofia seria ou deveria ser «comunicação». Tem-se a impressão que os últimos livros de Jürgen Habermas e a sua teoria da «actividade comunicativa» (sic) são um dos vossos alvos principais.*
- **Gilles Deleuze e Félix Guattari:** Não, não atacamos particularmente Habermas, nem qualquer outro. Habermas não é o único a querer indexar a filosofia pela comunicação. A filosofia pensou-se primeiramente enquanto contemplação, e isso deu lugar a obras esplêndidas, por exemplo com Plotino. Depois, enquanto reflexão, com Kant. Mas, justamente, foi preciso primeiro, nos dois casos, criar o conceito de contemplação ou de reflexão. Não estamos certos de a comunicação ter por sua vez encontrado um bom conceito, quer dizer, um conceito realmente crítico. Não é o «consenso» nem as «regras de uma conversação democrática» à maneira de Rorty que bastam para formar um conceito⁹.

Indexar a filosofia pela comunicação, por um lado, mas, em contrapartida, *falta um conceito* – e o *consenso* não chega, tanto mais ainda quanto não se chega a conceitos por consenso. Fica, no caso, uma nebulosa, um querer falar, um querer aparecer na praça pública do bom senso e dos «prós e contras». Fica, por exemplo, um querer fazer crer que «ali» havia uma «compreensão» da

⁹ Gilles Deleuze, *Deux Régimes de Fous. Textes et Entretiens 1975-1995*, op. cit., p.353-354. [Original: «Nous avons inventé la ritournelle». Com Félix Guattari. Palavras recolhidas por Didier Eribon in *Le Nouvel Observateur*, Septembre 1991, pp. 109-110.] É curioso que em *Qu'est-ce que la Philosophie?* a «intersubjectividade de comunicação» surge com uma das «figuras» da filosofia, não conceito (p. 89).

comunicação... quando «ali» havia outros conceitos precisos e era precisamente por isso que a comunicação não aparecia explicitamente compreendida. Pode a comunicação, no entanto, ter sido implicitamente compreendida «ali» – mas para mostrar isso é preciso arranjar um conceito «aqui». E, já agora, só uma das mais belas imagens do que é um conceito para Deleuze: «o conceito de um pássaro não está no seu género ou na sua espécie, mas na composição das suas posturas, das suas cores e do seu canto: algo de indiscernível, que é menos uma sinestesia do que uma sineidesia¹⁰».

Mas, afinal, «o que é» a comunicação? Perguntamos à filosofia? Não o queríamos fazer, mas é o que inevitavelmente parecerá que fazemos ao apresentar aqui certas palavras que Gilles Deleuze lhe dedicou – e já vimos uma resposta, traços de uma resposta deleuziana possível. Há nessas palavras, dizem alguns, algo que parece ser «contra» a comunicação. Não será «contra» a filosofia? Deleuze por diversas vezes se colocou contra as definições neutras, vagas, inofensivas da filosofia, de que se servem os «burocratas da razão pura»¹¹. Da mesma maneira, as suas palavras «contra» a comunicação serão palavras contra a neutralidade de um falso conceito e com a qual ele é vendido – isso talvez. Mas, antes disso, e na medida em que quando começamos a falar o fazemos sempre no interior, ou do interior, de uma ordem que determina um «diz-se» e um «fala-se», isto é, na medida em que falamos no interior, ou do interior, de um regime de linguagem ou de um regime de saber – e isto tem que ver com a palavra de ordem –, vejamos primeiro um pouco do que diz a comunicação, ou do que se diz da comunicação na comunicação.

O termo *communication* surge nas línguas inglesa e francesa nos séculos XIV-XV com um sentido próximo do latim *communicare*, que significa tornar comum, estar em relação com, partilhar. Passa mais tarde a designar (séc. XVI-XVII) o que é posto em comum e, em simultâneo, o acto de divulgar, de transmitir. Vem acrescentar-se-lhe (séc. XVIII) a ideia de passagem de um lugar para outro, de transporte e de troca: são os meios de comunicação e as vias de comunicação. E vem finalmente a designar, no século XX, as instituições e técnicas de difusão de massa: os jornais, o cinema ou a publicidade: são os meios de comunicação para muitos¹². Por outro lado, se considerarmos a comunicação por referência à sociedade e à troca social em geral, no âmbito de ciências humanas como a Sociologia ou a Antropologia, comunicação passa a ser a acção de comunicar e, ao mesmo tempo, o resultado dessa acção, vindo a confundir-se com a ideia de uma «vida social», de uma «vida em sociedade» ou «vida da sociedade». Neste sentido, a haver qualquer coisa como uma «vida da sociedade», podemos dizer que isso, pelo menos para um certo entendimento, é comunicação, e que toda a acção social é comunicação. É daí que vem a ideia de uma «ciência da comunicação», surgindo agora a comunicação como uma espécie de noção unificadora para as diversas ciências sociais. Assim, a linguística seria uma linguística da comunicação, a sociologia uma sociologia da comunicação, a antropologia uma antropologia da

¹⁰ Gilles Deleuze e Félix Guattari, *Qu'est-ce que la Philosophie?*, op. cit., p.25-6. Sineidesia (*synéidésie* no original) – palavra de composição análoga a sinestesia, forjada com «*eidós*» (forma, essência) em vez de «*aisthesis*» (percepção, sensação).

¹¹ Gilles Deleuze, «Pensée nomade», in *L'Île Déserte et Autres Textes. Textes et Entretiens 1953-1974*. Édition préparée par David Lapoujade, Les Éditions de Minuit, Paris, 2002, pp.351-364. [Original: in *Nietzsche Aujourd'hui? Tome 1: Intensités*, UGE, 10/18, Paris, 1973, pp.159-174.] «Mesmo atravessando a cidade grega, o discurso filosófico permanece numa relação essencial com o déspota ou a sombra do déspota, com o imperialismo, com a administração das coisas e das pessoas (...) Ora, se Nietzsche não pertence à filosofia é por ser o primeiro a conceber um outro tipo de discurso enquanto contra-filosofia. Quer dizer, um discurso nómada antes de mais, cujos enunciados não seriam produzidos por máquina racional administrativa, os filósofos como burocratas da razão pura, mas por uma máquina de guerra móvel.» (361-2).

¹² Vj. nomeadamente Louis Quéré, *Des Miroirs Équivoques*, Paris, Aubier, 1982.

comunicação, a economia uma economia da comunicação – Lévi-Strauss e a sua ideia de interpretar a sociedade no seu conjunto em função de uma teoria da comunicação¹³. Por outro lado ainda, se entendermos a comunicação como um elemento entre outros na sociedade, esta passa a referir-se a uma troca social concreta, mais ou menos assinalável: aquela que é mediada por técnicas de reprodução e difusão – aquilo a que se chama os *media*. Neste sentido, comunicação remete sempre para as instâncias de mediação, isto é, para qualquer coisa que se interpõe entre uma coisa e outra, mas que, no entanto, a seu modo, faz a ligação entre essa coisa e outra. E não é preciso, no caso, pensar nos meios de comunicação, nos meios de reprodução e difusão; basta pensar, por exemplo, em duas pessoas que se ligam, que têm fascínio uma pela outra, por causa de um determinado «corte de cabelo». Este «corte de cabelo» torna-se numa instância de mediação, torna-se num *medium*: por um lado, interpõe-se entre duas pessoas concretas – que, evidentemente, têm uma outra dimensão que um corte de cabelo não tem –, mas, por outro lado, liga essas pessoas, ligação que, sem o «corte de cabelo», talvez não se estabelecesse.

O que é que significa *medium*? Significa, em latim, o meio, precisamente no sentido de o que está no meio, o que se interpõe, mas também no sentido de instrumento (e há associações de sentido diversas em torno de *medium* que remetem para a neutralidade, a indiferença, a ambiguidade e até a mediocridade). Mas a atribuição mais geral que o termo *medium* (e, no plural, *media*) ganhou foi a de designar os meios de comunicação de massa, tais como os jornais, a rádio, a televisão, o vídeo, o cinema, a Internet, etc., meios esses que se caracterizam por poderem atingir um grande número de pessoas, em simultâneo ou não, por serem exteriores aos consumidores e por condicionarem de uma maneira própria os conteúdos veiculados. Meios esses que tendem, no limite, à invisibilidade. Neste sentido, os *media* mais eficazes serão aqueles que iludem a própria mediação e criam no receptor a ilusão de que está a receber um conteúdo puro. Trata-se de uma ideia proveniente de McLuhan: este autor mostrou que os *media* se escondem nos supostos conteúdos, e que, mais que isso, esses conteúdos são sempre um outro *medium* cujo conteúdo é outro *medium*. *Ad infinitum*. A verdadeira «mensagem» de um *medium*, para McLuhan, residiria no efeito deste sobre a percepção dos receptores, sobre as maneiras de conceber o mundo dos receptores e, consequentemente, sobre as relações humanas na sua complexidade¹⁴. Desenvolvendo alguns dos pressupostos de McLuhan, criou-se recentemente uma disciplina a que se deu o nome de *mediologia*

¹³ Lévi-Strauss, *Antropologie Structurale*, Paris, Plon, 1958, p.95: «Sem reduzir a sociedade ou a cultura à língua, podemos estimar essa “revolução copernicana” que consistirá em interpretar a sociedade no seu conjunto em função de uma teoria da comunicação. Essa tentativa é hoje possível a três níveis, pois as regras do parentesco e do casamento servem a assegurar a comunicação entre os grupos, como as regras económicas servem para assegurar a comunicação de bens e serviços e as regras linguísticas a comunicação das mensagens.»

¹⁴ Marshall McLuhan, *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem* (*Understanding Media: The Extensions of Man*, 1964), tradução de Décio Pignatari, Cultrix, São Paulo, s/d, pp. 22-23 e 21 (tradução por nós ligeiramente modificada): «(...) [A] luz eléctrica. Que ela seja utilizada pela neurocirurgia ou para iluminar uma partida de baseball, isso não tem nenhuma importância. Poderíamos mesmo dizer que estas ocupações são de uma certa maneira o conteúdo da luz eléctrica, uma vez que elas não poderiam existir sem ela. Esta evidência vem sublinhar a ideia de que “a mensagem é o *medium*”, pois é o *medium* que configura o modo e determina a escala de actividade e de relações dos homens. Os conteúdos ou os usos dos *media* são diversos e sem efeito sobre a natureza das relações humanas. De facto, que o conteúdo esconda a sua natureza de *media*, essa é uma das suas principais características.»

«Muitas pessoas julgam que não foi a máquina, ela própria, mas sim o uso que dela se fazia, ele é que era significativo, é que era a mensagem. No que diz respeito às maneiras como a máquina transformou as relações connosco mesmos e com os outros, na verdade, importava pouco que ela produzisse *Cadillacs* ou *cornflakes*. É o princípio de fraccionamento que é a essência da tecnologia mecânica, configurando as estruturas de trabalho e de associação humanas.»

(Daniel Bounoux, Régis Debray). Para esta disciplina, os *media* constituem o próprio meio-ambiente, digamos assim, criando uma espécie de *ideosfera* (por contraposição à *biosfera*): a mediologia seria uma ecologia das ideias. E os *media* são as maneiras pelas quais sabemos, pelas quais pensamos, pelas quais criamos um mundo – na medida em que pensamos *com os media*, quer dizer, no seio da infra-estrutura mediática. A mediologia pretende ser assim uma espécie de estudo dos meios onde vivem as nossas representações: deste modo, a comunicação surge como um vasto domínio, uma espécie de disciplina-quadro das diferentes ciências humanas, correspondendo a uma certa exigência social, a uma viragem na cultura, ao surgimento de novos modelos. Se a linguagem falada marca a passagem da natureza à cultura, a «ideosfera», ou o «espaço mediatizado», apareceriam hoje como uma segunda natureza. Estaríamos hoje numa cultura que se daria, ela própria, como natureza: as ciências desta natureza mediatizada seriam as ciências da comunicação¹⁵.

Mas o que tudo isto vem evidenciar é a impossibilidade de constituir uma unidade metodológica para as ciências da comunicação. O que existe é uma série de conceitos (conceitos?) em torno dos quais as diversas teorias da comunicação se agrupam. É isso o que nos diz Pedro Miguel Frade:

A diversidade metodológica das teorias da comunicação, bem como a extrema diversidade dos processos susceptíveis de serem hoje subsumidos por este nome, tende cada vez mais a produzir discursos incomensuráveis nas suas metodologias e âmbitos de aplicação, a tal ponto que a procura de uma síntese – ou de um discurso teoricamente consensual – torna-se tão difícil quanto inútil: como figura do pensamento contemporâneo, a comunicação apenas é apresentável através de um mosaico de conceitos restituindo os principais tópicos em torno dos quais se agrupam as suas principais definições e teorias¹⁶.

Através de um mosaico de conceitos... E já não é nada mau, diríamos. Dado que por isto parece que o fantasma não existe só enquanto fantasma – tendo isso em comum, claro, com todos os fantasmas. Não existe só enquanto fantasma porque a ideia é ir «aqui» e «ali», a certos campos de

¹⁵ Vj. Régis Debray, "Qu'est-ce que la Médilogie?", in *Le Monde Diplomatique*, Agosto de 1999: «É a função medium, sob todas as suas formas, que a mediologia pretende mostrar». Daniel Bounoux, *La Communication par la Bande* – introduction aux sciences de l'information et de la communication (1992), La Découverte/Poche, Paris, nova edição, 1998, p. 10, 8 e 19: «(...) [A mediologia estuda as] relações entre factos de comunicação e de poder ou de influência (complexa, não mecânica) de uma inovação mediática sobre um movimento intelectual. A mediologia examina a ecologia das ideias e a física dos nossos pensamentos. Por que é que uma representação é mais dinâmica que outra? Onde é que vem a eficácia de certas doutrinas no campo político e social.» «"A comunicação" surge menos como uma ciência (local) que como uma atitude metodológica, ou uma interdisciplina fecunda para os outros saberes. O seu telescópio favorecerá indubitavelmente uma convergência entre as ciências e as artes, e permitirá ligar vários saberes errantes ou dispersos.»

«(...) julgamos que não existem conhecimentos i-mediatos, que escapam aos envios, às forças, às alfândegas, às redes de *correio* em geral. Suspeitamos da existência de um efeito de interposição ou de espessamento mediático. (...) [As ciências da comunicação] têm a impureza como objecto.»

Bounoux destaca, para além da «mediologia», quatro domínios de estudos, uma espécie de estacas onde assentariam as ciências da comunicação: a semiologia (ou a semiótica), que estuda os signos e os códigos, e a sua articulação em situações de comunicação; a pragmática, que trata das relações sujeito a sujeito, a relação intersubjectiva, que pode ser instrumentalizada – para além da pragmática linguística, trata-se de uma pragmática que tem que ver com a situação de enunciação e com a relação dos intervenientes nessa situação; a cibernética, que trata das organizações sociais ou biológicas da mesma maneira, enquanto combinação de mensagens; a psicanálise, na medida em que se refere a fenómenos como os do convencimento, da sedução, e a diversas patologias de comunicação ou de «relação» com o mundo, com os outros, conosco próprios.

¹⁶ Pedro Miguel Frade, "Comunicação", in *Dicionário do Pensamento Contemporâneo* (Manuel Maria Carrilho dir.), Publicações Dom Quixote, Lisboa, 1991, p. 48.

actividade, e ver que nomes é que são dados às coisas que aí se fazem e aos modos como é pensado o que aí se faz. E depois pensá-los, se for caso disso¹⁷. Mas há uma ideia extremamente interessante no texto de Pedro Miguel Frade: tem que ver com a promoção de que a comunicação é alvo nas sociedades contemporâneas. É a ideia de que a comunicação gera comunicação. A comunicação gera comunicação: isto é, se por um lado a comunicação ganha um estatuto que, por via da complexificação das sociedades, é normalmente retoricizado enquanto «necessidade» (e por isso, para descomplexificar, para simplificar, é «necessário» comunicar, trabalhar bem os aspectos comunicativos), o que se passa é que, por outro lado, o trabalho sobre a comunicação, quer nos seus aspectos imediatamente tecnológicos (quanto ao trabalho sobre os instrumentos), quer nos domínios que a comunicação atinge (culturais, sociais, pessoais, etc., seja no funcionamento das democracias, seja na organização do trabalho, seja na educação em geral e nas relações com o saber, seja nos comportamentos, etc.), tudo isso vem complexificar ainda mais, complexificar de outra maneira, as sociedades. E vem, por isso, exigir ainda mais comunicação! São sociedades que sofrem de comunicação e se *curam* com comunicação. E isto contamina toda uma série de domínios de reflexão e de operatividade, sejam científicos, universitários, tecnológicos, administrativos, sejam da produção cultural ou da produção de informação e espectáculo. Todos estes domínios criam a sua ideia de comunicação em função do que fazem, dos objectivos mais ou menos padronizados das actividades que desenvolvem. Consideremos, por exemplo, um telejornal. Um telejornal não é apenas veiculação de informações com imagem e palavra em função de uma entidade neutra a que se chama «actualidade». Por exemplo, um comunicado de uma organização política, em directo ou não, não consiste apenas em «tornar comum» qualquer informação ou ideia. Há que dar conta de tudo isso, considerando não só que a comunicação é objecto de uma produção própria, mas igualmente que a «origem» daquilo que é comunicado, os supostos factos, ou a actualidade, são igualmente objecto de uma produção. Esta comunicação de comunicação, esta comunicação que gera comunicação, devemos pensá-la, considerando a produção de comunicação dos *media* noticiosos e a produção de que eles próprios são alvo por outras instâncias, devemos pensá-la enquanto permanente produção de factos, devemos pensar a sua natureza contraditória, isto é, enquanto factos que são pseudofactos, que alimentam uma trama ficcional da qual nem produtores de factos nem consumidores de factos estão conscientes (veja-se a trama televisiva e noticiosa ainda recente em torno da violência doméstica, ou em torno do caso ainda mais recente da suspeita de um assassinio particularmente macabro). É isto a que Jacques Derrida chama *artefactualidade*:

Esquemáticamente, dois aspectos [*traits*] [da actualidade]. Eles são muito abstractos para capturar os aspectos mais característicos da minha própria experiência da “actualidade” (...) mas designam aquilo que constrói [*ce qui fait*] a actualidade em geral. Podemos atrevermo-nos a dar-lhes dois nomes prontos-a-vestir [*surnoms-valise*]: *artefactualidade* e *actuvirtualidade*. O primeiro aspecto significa que a actualidade é de facto *construída* [*faite*]: é importante saber o que é que é feito com ela, mas é ainda mais necessário poder reconhecer

¹⁷ São alguns desses conceitos (conceitos?): signo, a unidade mais elementar da comunicação; discurso, ordem de encadeamento da palavra e do pensamento; interacção, acção que se desenvolve retroactivamente; transmissão, nos dispositivo técnicos de comunicação; situação ou contexto, as condicionantes extra-linguísticas da comunicação; recepção, a morfologia das audiências e dos efeitos da comunicação; persuasão, a comunicação influente, o convencimento retórico; ligação, meios de conexão e de separação numa dada cultura.

que é feita. A actualidade não é dada, mas activamente produzida, filtrada, investida e interpretada performativamente por uma gama de dispositivos *factícios* e *artificiais*, hierarquizantes e selectivos, sempre ao serviço de forças e interesses de que os “sujeitos” e agentes (produtores e consumidores de actualidade – que os “filósofos” são, por vezes, também, e que os analistas são sempre) nunca estão suficientemente conscientes [*ne perçoivent jamais assez*]. Por singular, irredutível, pertinaz, dolorosa ou trágica que permaneça a “realidade” a que “actualidade” se refere, esta chega-nos por intermédio de uma estrutura ficcional. Não se pode analisá-la senão por intermédio de um trabalho de resistência, de contra-interpretação vigilante, etc. Hegel tinha razão em dizer aos filósofos do seu tempo para ler os jornais. Hoje, a mesma responsabilidade exige também que aprendam *como é que se faz e quem faz* os diários, os semanários e os noticiários televisivos. É preciso que insistam em olhar para eles do outro lado, tanto do das agências noticiosas quanto do do tele-ponto. E não devemos nunca esquecer o alcance deste sinal: quando um jornalista ou um político parece dirigir-se-nos, em nossa casa, olhando-nos directamente nos olhos, ele (ou ela) estão na verdade a ler, no ecrã, ditado por um «espírito» [*souffleur*], um texto que foi elaborado noutro lugar, numa ocasião diferente, possivelmente por outros, mesmo por toda uma rede de redactores anónimos¹⁸.

On ne perçoit jamais assez... A informação é o sistema controlado de palavras de ordem que circulam numa determinada sociedade, diz Deleuze em “Qu’est-ce que l’acte de création”. O que é a palavra de ordem? Pode ter-se uma ideia vulgar e inocente de comunicação e, a partir dela, pretender dizer-se «o que é» a comunicação e fazer a «ciência» da comunicação – e todos os movimentos subsequentes, tudo o que se faria com essa ideia, todas as aprendizagens da comunicação se resumiriam, não poderiam senão resumir-se, a dar a melhor efectividade a essa ideia: tratar-se-ia de fazer a *boa* comunicação, de trabalhar bem a comunicação, usar bem os materiais, aprender o que deve ser feito, o que deve ser dito, o que se deve fazer com o que é dito, etc. Ora, essa ideia consiste numa concepção da linguagem enquanto um instrumento neutro de comunicação: *a linguagem seria comunicativa e informativa*. A ser assim, o que fazer com ela? Aprender a usá-la. Interessaria, força do velho esquema de Harold Lasswell, ver quem comunica (determinar-se-ia e analisar-se-ia uma origem do discurso), ver quem comunica o quê (isolar-se-ia e analisar-se-ia uma mensagem tida como o conteúdo do discurso), ver quem comunica o quê a quem (encontrar-se-ia e analisar-se-ia um interlocutor determinado do discurso), e tratar-se-ia finalmente de averiguar os efeitos e trabalhar sobre eles (efeitos esses que seriam exteriores ao discurso)...

Tendo sido este esquema proposto como uma espécie de método de análise dos processos de comunicação, facilmente se volveu no esquema geral da comunicação e do marketing – é um esquema que funciona, a partir do qual se obtém lucro, isso é inegável. É um esquema que pensa os efeitos do discurso enquanto exteriores ao discurso. Mas para Deleuze e Guattari as pessoas não estão à espera de comunicar umas com as outras numa mágica rede de emissores espalhados pelo mundo – têm mais que fazer, têm mais em que pensar, têm outros desejos, e, além disso, *falar* não lhes permite isso. E quando o fazem não o fazem com «mensagens informativas»: a linguagem não é informativa nem comunicativa, mas transmissão de palavras de ordem. Na escola – é um exemplo – não se informa, dão-se ordens, ordens que funcionam por redundância com determinados pressupostos, ordens implícitas, onde «a informação é o estrito mínimo necessário à emissão,

¹⁸ Palavras de Jacques Derrida, in *Échographies de la Télévision* (Jacques Derrida e Bernard Stiegler), Galilée/INA, Paris, 1996, pp.11-12.

transmissão e observância das ordens enquanto comandos¹⁹. Mas «em que é que a palavra de ordem é uma função co-extensiva à linguagem, na medida em que a ordem, o comando, parece remeter para um tipo restrito de proposições explícitas marcadas pelo imperativo?²⁰» Quer dizer: como é que a linguagem, toda a linguagem, funciona como transmissão de palavras de ordem sem ser quando se dá explicitamente uma ordem, isto é, quando se proferem enunciados do tipo: “Senta-te!”, “Faz isto... faz aquilo!”? Como é que se transmitem ordens sem que alguém dê uma ordem? Ora, é esta transmissão de ordens sem que sejam dadas ordens explicitamente que define a palavra de ordem enquanto função co-extensiva à linguagem. Pressupõe-se a linguagem como um imenso *discurso indirecto* em que as palavras transitam de um lado para o outro, de umas para as outras, não dependendo de nenhuma estabilização referencial. A ordem na linguagem é a palavra de ordem, sendo a *disposição colectiva de enunciação* (*agencement collectif d'énonciation*) uma espécie de espaço subterrâneo, móvel, que ordena o fluxo da linguagem, ordenação e mobilidade que estão dependentes da palavra de ordem: «a linguagem vai necessariamente de um segundo a um terceiro sem que nem um nem outro tenham visto. É neste sentido que a linguagem é transmissão da palavra funcionando como palavra de ordem²¹.» Para dar conta disto, Deleuze e Guattari socorrem-se da pragmática linguística (Austin e Searle). A pragmática linguística descobre, entre outras coisas, actos que são interiores à fala – vai descobrir enunciados que são acções, vai dar relevo às acções que realizamos quando falamos: os actos de linguagem. Os actos de linguagem são acções que se definem por relações imanentes, ou relações intrínsecas, entre os enunciados e os actos. Dizem eles:

As célebres teses de Austin mostram que não há apenas, entre a acção e a fala, relações extrínsecas diversas, como a de um enunciado poder descrever uma acção num modo indicativo [Por ex.: “O João caiu da cadeira.”], ou provocá-la num modo imperativo [Por ex.: “João, senta-te na cadeira!”], etc. Há também relações intrínsecas entre a fala e certas acções que se realizam *dizendo-as* (o performativo: eu juro ao dizer “eu juro”), e, de uma maneira geral, entre a fala e certas acções que se realizam ao falar (o ilocucionário: interrogo ao dizer “será que...?”, prometo ao dizer “amo-te”, ordeno empregando o imperativo..., etc.²²

O fundamental é o ilocucionário: tem um âmbito mais vasto que o próprio performativo. O ilocucionário define as acções da linguagem em função das situações da enunciação, e é, em suma, o âmbito do que acontece em geral na enunciação, isto é, dos actos que realizamos ao falar, e que, por falar, realizamos. Ora, estes actos interiores à fala são definidos por Deleuze e Guattari enquanto relações imanentes dos enunciados com os actos, relações às quais eles chamam também, usando a terminologia de Oswald Ducrot, pressupostos implícitos ou não discursivos. Trata-se de mostrar que, no uso da linguagem, a linguagem se relaciona com qualquer outra coisa que não é de natureza linguística. A palavra de ordem (ou função-linguagem) é o nome para essa relação. «É o ilocucionário que constitui os pressupostos implícitos ou não discursivos». Isto quer dizer que só *se faz dizendo-o* (performativo) porque já *se faz ao dizer* (ilocucionário). E já *se faz ao dizer*, porque se diz, porque dizemos, inevitavelmente, dentro de uma ordem discursiva, ou, como dizem estes autores, dentro de *disposições colectivas de enunciação*:

¹⁹ Gilles Deleuze e Félix Guattari, *Mille Plateaux*, op. cit., p. 96.

²⁰ *Ibidem*, p. 98.

²¹ *Ibidem*, p. 97.

²² *Ibidem*, p. 98. Exemplos entre parênteses rectos da nossa responsabilidade.

o ilocucionário (...) explica-se por disposições colectivas de enunciação (...)» Donde, a palavra de ordem é, dizem eles, «a relação de toda a palavra ou de todo o enunciado com pressupostos implícitos, quer dizer, com actos de fala que se realizam no enunciado, e não podem realizar-se senão nele. (...) [*O que exclui, diríamos nós, tudo aquilo que se pode realizar fora do enunciado.*] As palavras de ordem não remetem apenas para ordens, mas para todos os actos que estão ligados a enunciados por uma “obrigação social”. Não há enunciado que não apresente este vínculo, directa ou indirectamente. Uma questão, uma promessa, são palavras de ordem. A linguagem não pode definir-se a não ser pelo conjunto de palavras de ordem, pressupostos implícitos ou actos de fala, em curso numa língua num dado momento²³.

E uma das tarefas do jornalista-pragmático, por exemplo, seria a de procurar descobrir e pôr a nu este vínculo que os enunciados apresentam, sobretudo quando mais eles parecem estar *naturalizados*, quanto mais parece ser aquilo que é *normal* dizer-se. O jornalista trabalharia a conferência de imprensa não para reproduzir aquilo que foi dito e «informar objectivamente» – a objectividade aqui seria a da transmissão da ordem –, mas apresentar estes vínculos que, directa ou indirectamente estão naquilo que foi dito. É certo que os bons profissionais procuram o ilocucionário.

As significações não são segundas relativamente a uma ordem dada, elas dão-se, isso sim, numa ordem: toda a significação ou todo o dizer dá-se dentro de um certo quadro, dentro de determinadas condicionantes. Esses quadros discursivos são constituídos por ordens implícitas: as teses de Austin, de Searle e Ducrot vêm servir de fundamento a este entendimento da linguagem enquanto transmissão de palavras de ordem – a palavra de ordem como relação de toda a palavra ou de todo o enunciado com pressupostos implícitos, a palavra de ordem enquanto inerente a todos os actos que estão ligados a enunciados por uma «obrigação social». Mas, dizem Deleuze e Guattari, com a questão do carácter social da enunciação «ou se diz demasiado ou demasiado pouco²⁴» – corre-se o risco de esse carácter ser considerado extrínseco à linguagem e então tudo se explicaria facilmente por um qualquer factor externo que incidisse sobre a enunciação: um qualquer agente censor ou incitador, localizável e extrínseco à linguagem, facilmente isolado e analisado pelos sociólogos ou facilmente objecto de uma acção política – e, assim, poder-se-ia pensar que se libertaria a linguagem eliminando o censor ou aquele que dá ordens. Mas não, para Deleuze e Guattari posições deste tipo falham completamente o alvo: para eles, o carácter social da enunciação é intrínseco. Pretendem, por isso, dar conta do seu funcionamento. Se a co-extensividade da palavra de ordem à linguagem deriva do facto de a palavra de ordem ser uma relação dos enunciados com pressupostos implícitos, há que definir melhor esta relação. Dizem eles: entre o enunciado e o acto não há simplesmente identidade, mas fundamentalmente *redundância*. (Evidentemente, agir *não é igual a* falar, mas, no acto imanente ao enunciado, agir *é redundante com* falar.) Donde, a co-extensividade é *redundância*, donde, a palavra de ordem é *redundância*. Desta forma, os *media*, «os jornais, as notícias, procedem por redundância, ao dizerem o que é “preciso” pensar, reter, esperar, etc.²⁵» – este «o que é preciso» não é dito explicitamente (ainda que muitas vezes o seja), mas implicitamente, na medida em que os enunciados/actos dos *media* estão relacionados com os mais diversos pressupostos implícitos.

²³ *Ibidem*, pP. 99-100.

²⁴ *Ibidem*, p. 101.

²⁵ *Ibidem*, p. 100.

Michel Foucault mostrara já como é que o discurso era o resultado de diversos sistemas de controlo da palavra, resultado das mais diversas práticas restritivas da palavra: sejam aquelas que limitam o que pode ser dito, o que pode ser dito de verdadeiro, o que pode ser dito de razoável, operando uma espécie de bloqueio no «murmúrio anónimo», sejam aqueles mecanismos que prendem tudo aquilo que aparece na ordem do discurso a um mesmo – texto primeiro, autor, disciplinas –, sejam aqueles que, pelos rituais da palavra, pela constituição de «sociedades de discurso», pelo funcionamento doutrinal do discurso, pelas apropriações sociais, limitam os sujeitos falantes²⁶. Mas a tarefa de Deleuze e Guattari exige mais qualquer coisa: trata-se de mostrar que o carácter social é intrínseco às disposições colectivas de enunciação – não há nem enunciação individual, nem sujeito de enunciação, enquanto origens; tanto a individuação quanto a subjectivação são *exigências* da disposição colectiva de enunciação, actos imanentes à linguagem. Como eles dizem: «o carácter social da enunciação não está intrinsecamente fundado a não ser que se consiga mostrar como é que a enunciação reenvia por si mesma para *disposições colectivas*²⁷.» Isto vai exigir uma definição real da disposição colectiva. Partindo da pergunta: *em que é que consistem os actos imanentes à linguagem?* Isto é: como é que se concretizam as significações e as subjectivações, na medida em que, significações e subjectivações, são actos imanentes à linguagem? A resposta é:

Parece que estes actos se definem pelo conjunto das *transformações incorporais* que decorrem numa sociedade dada, e que *se atribuem* aos corpos dessa sociedade. Podemos dar à palavra “corpo” o sentido mais geral (há corpos morais, as almas são corpos, etc.); devemos contudo distinguir as acções das paixões que afectam esses corpos, e os actos, que são atributos não corporais, ou o “expresso” de um enunciado²⁸.

Portanto, uma coisa são as transformações dos corpos pelas acções e pelas paixões (que afectam directamente os corpos), outra coisa são as transformações dos corpos pelos actos de linguagem (que se atribuem incorporalmente os corpos, que passam a fazer parte dos corpos, mantendo-se os corpos fisicamente na mesma). Por conseguinte, relativamente aos *corpos que falam*, e aos *corpos de que se fala* (os corpos que atravessam uma determinada disposição colectiva de enunciação), esse complexo redundante de actos imanentes à linguagem que é a disposição colectiva de enunciação consistiria em *transformações incorporais*. Estas transformações dão-se na superfície dos corpos, mas é extraordinariamente importante esta superfície, esta pele de linguagem: é por ela que sobretudo respondemos socialmente. Há comunicação na medida em que aquilo que se diz – *e aquilo que se sabe e aquilo que se faz* – é reconduzido ao que se pode dizer. As crianças são prisioneiras políticas, dizia Godard –, mas são prisioneiras de prisioneiros, porque os adultos, por maioria de razão, também são prisioneiros políticos. Se neste texto editado em 1980 havia a ideia de que uma palavra de ordem se pode levantar contra outra e assim *transformar e inventar* novos corpos, outros corpos²⁹, na entrevista a Toni Negri, de 1990, perguntando este se

²⁶ Michel Foucault, *L'Ordre du Discours*, Paris, Gallimard, 1971.

²⁷ Gilles Deleuze e Félix Guattari, *Mille Plateaux*, op. cit., p. 101.

²⁸ *Ibidem*, p. 102. Vj. Gilles Deleuze, *Logique du Sens*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1969 – «deuxième série de paradoxes – des effets de surface», pp. 13-21.

²⁹ A palavra de ordem na disposição colectiva não é apenas obediência a uma determinada semiótica (regime de signos), mas também acontecimento, ruptura, fuga: as palavras de ordem teriam duas faces, morte e fuga. O discurso indirecto define-se mesmo pela presença da palavra de ordem na palavra e esta está habilitada a responder a várias semióticas, sendo por isso redundância com uma semiótica na «relação “imediate” com o acto de transformação incorporal que efectua» – semiótica que pode ser desconhecida

na sociedade da comunicação o comunismo como organização transversal de indivíduos livres não seria menos utópico, Deleuze responde:

Não sei, talvez. Mas não pelo facto de as minorias poderem tomar a palavra. Talvez a palavra e a comunicação estejam apodrecidas. Estão inteiramente penetradas pelo dinheiro: não por acidente, mas por natureza. É necessário um desvio da palavra [*détournement de la parole*]. Criar foi sempre uma coisa diferente de comunicar. O importante será talvez criar vacúolos de não-comunicação, interruptores, para escapar ao controlo³⁰.

ou criada. «*Há palavras de passe sob as palavras de ordem*. Palavras que seriam como que de passagem, componentes de passagem, enquanto as palavras de ordem marcam paragens, composições estratificadas, organizadas. A mesma coisa, a mesma palavra, tem sem dúvida esta dupla natureza: é preciso extrair uma da outra – transformar as composições de ordem em componentes de passagens.» (*Mille Plateaux*, p. 139).

³⁰ «Contrôle et devenir», in *Pourparlers*, *op. cit.*

CULTURA VISUAL E EXIBIÇÃO ARTÍSTICA: O OBSERVADOR EMERGENTE



1.

Este texto aborda a conjunção da luz e da percepção no contexto da cultura contemporânea. Aparentemente, estaremos na dimensão vibrante e simpática ao jogo das escalas universais que a cultura romântica tentou estabelecer. Mas a luz que possibilita hoje a percepção estética só por equívoca obstinação da herança simbólica pode ainda ser pensada como sendo simultaneamente singular e universal. Na modernidade tardia, o paradigma

Jorge Leandro Rosa

Universidade Lusófona de Humanidades e
Tecnologias

da figura antropológica tornou-se profundamente embaraçoso e inquietante. A luz aparece aqui como a abertura, não de um espaço do sentido, mas de zonas focalizadas, profundamente equívocas, de luz e de tempo. Por seu lado, a percepção, que era classicamente o atributo do sujeito (sempre referenciado na escala luminosa do sentido), pertence agora a um traço da presença que não só se arranca à presença viva, mas também abandona a estabilidade que a representação lhe atribuiu ao longo da história da figuração artística.

Dispensamo-nos, dado o intuito do texto, de aqui discutir as perspectivas que a História da Arte e a Iconologia nos podem fornecer a este propósito. Interessa-nos antes a particular fenomenologia das imagens que, numa época aparentemente saturada pela sua sucessão incessante, reivindicam uma pertença ao que é visualmente incompreensível. Estão, neste caso, algumas imagens provenientes dos campos de morte nos anos 40 que Didi-Huberman colocou no centro de um livro (e de uma polémica) recente¹. Eis a história, sucintamente: em Agosto de 1944, alguns prisioneiros especiais de Auschwitz-Birkenau, essas personagens inclassificáveis que são os membros do *Sonderkommando*, judeus que eram constituídos em equipas especiais encarregadas de manusear os corpos e os pertences dos gaseados, baleados ou enforcados, conseguem fotografar clandestinamente algumas fases do seu trabalho. Estas fotografias, sendo muito poucas as que chegaram até nós, foram passadas para o exterior do Campo, chegando à resistência polaca. O livro de Didi-Huberman reproduz algumas delas, onde vemos, ao longe, membros do *Sonderkommando* atarefados em torno das fossas de cremação de onde brota um espesso fumo branco. Estão rodeados de formas indistintamente amontoadas, os corpos nus dos mortos. Estas imagens são, pelo seu peculiar enquadramento, pela composição onde se combinam luz e sombra, estranhamente dotadas de uma aparente qualidade estética. O olhar do autor anónimo procurou a sombra para melhor fixar a luz reflectida na palidez da pele dos mortos. A sombra é o próprio pórtico da câmara de gás que estivera em pleno funcionamento momentos antes. O fotógrafo esconde-se aí para poder tirar uma fotografia que o condenaria à morte imediatamente caso fosse descoberto. Será inútil acrescentar o que faz a singularidade insuportável destas imagens, largamente retocadas pelos historiadores, que as corrigiam, ou mesmo recusadas liminarmente, sendo consideradas como documentalmente inúteis e perniciosas.

Nessas imagens há o que parecem ser corpos. Os corpos que pereceram na «solução final» não nos tocam. Um corpo é algo sempre na eminência de ser tocado de múltiplos modos e cuja percepção visual é sempre insuficiente; algo que, enquanto imagem, vem a nós na iminência de ser tocado. Um corpo é visível, na sua proximidade de corpo, na medida em que temos dele um conhecimento tátil, se não nosso, pelo menos através da pele de um outro por nós imaginado ou pressentido. Um corpo, antes de ser visto, já aparece numa linha complexa da carnalidade humana e dos seus cruzamentos. No mundo contemporâneo, as imagens corporais afirmam uma carnalidade paradoxal, onde é invertida a tensão temporal que a percepção do corpo induz: visto, um corpo já não é tanto a promessa da carne, mas nostalgia desta. A carne, que paradoxalmente nos constitui, «arrefece» antes de ser tocada na cultura visual contemporânea. Há aí sempre a carnalidade dos corpos percebidos, mas deslocada para um hiato na temporalização técnica que a percepção contemporânea mobiliza incessantemente. Inquietantemente, o Holocausto prenunciou um dispositivo capaz de colocar a carne no seu parêntesis. No Holocausto, os corpos que pereceram

¹ Cf. DIDI-HUBERMAN (2003).

estavam já num círculo de confinamento do sentido e da sensorialidade. Estavam mergulhados, paradoxalmente, na luz intensa de um dia de Verão.

Estes milhões de corpos historicamente tatuados pela *Shoah* assinalam o fim da esperança teológica na ressurreição da carne e marcam a desesperança da humanidade histórica. Nesse sentido, eles acompanham-nos de um modo que se tem revelado terrível para a cultura contemporânea: se foi enquanto corpos que o seu aniquilamento se tornou para nós significativo, será enquanto imagem que a sua insignificância cresce, de dia para dia, escandalosamente. As imagens desses corpos são, simultaneamente, vitais e inaceitáveis. Repugna a muitos de nós uma consideração puramente documental delas. A essa repugnância não será estranho o fascínio que elas convocam. Fascínio cuja qualidade estética será inegável.

Há uma espécie de «sonho visual» da barbárie moderna que nos atravessa no pouco mais de meio século decorrido desde a revelação da solução final. Daí julgarmos que há um saber obtido por intermédio das imagens captadas na libertação dos campos, em grande parte pelos serviços de informação do exército norte-americano. Esses muitos milhares de fotografias estão, contudo, tão despojadas de significado quanto os espíritos daqueles que sobreviveram. São imagens de algo que não tem significado visível, de algo que, estando votado à ocultação pela sua própria crueza, nunca adquire o papel testemunhal que lhe queremos dar na nossa cultura visual.

Pensam alguns autores que muito menos nos tocam, por falta de imagens e arquivos, aqueles que desapareceram no Gulag. Afinal, ninguém libertou os campos siberianos. Mas a diferença, do ponto de vista de um saber de raiz visual, é muito pequena: aquilo que está documentado, quer num caso, quer no outro, são ruínas cuja função nos é quase impossível compreender. As ruínas do holocausto possuem uma função de analogia com as imagens. Continuando a haver uma sensibilidade relativa a esses eventos, a pergunta a colocar será a de sabermos para onde foram todos esses corpos. Na verdade, esses corpos transformaram-se em imagens. Não imagens plenas, no sentido em que supomos que a imagem remete para o real, mas imagens cuja dificuldade se coloca no plano do sensível, do cultural, mais do que do moral. Ruínas visuais, portanto, corpos que a luz dilui num espaço cego que não pode focalizá-los.

A sensibilidade, que se transformou progressivamente numa categoria do senso comum, numa relação *pret-a-porter* com o sensível, um produto da padronização do nosso habitar o mundo, parece ter deixado de caber no discurso estético e na cultura crítica em geral do nosso tempo.

2.

Na primeira metade do século XIX, através da complexificação das tecnologias de consumo, os procedimentos associados à percepção visual tornaram-se o objecto central da própria visão e, consequentemente, colocaram-se no centro da teoria. Num certo sentido, podemos afirmar que uma nova compreensão, quer da luz, quer da temporalidade, se tornou na principal fonte da fenomenologia do século XX e da ontologia das artes visuais. A modernização tecnológica também efectuou uma reavaliação da visão, abrindo caminho para uma nova compreensão da imagem e da percepção visual nas artes tecnológicas contemporâneas. A Estética é, agora, uma disciplina filosófica essencialmente preocupada com a luz e com a percepção, o que será mais compreensível se nos lembrarmos de que os dispositivos técnicos da imagem são hoje escultores complexos da luz.

Não será coincidência que um autor tão autoconsciente como Goethe tenha sublinhado que o processo da percepção é, ao mesmo tempo, um objecto primário da Estética e um objecto essencial da própria percepção. Essa observação representa uma viragem essencial: não é já o conceito artístico que procura encontrar a sua validação no real; o artista dá visibilidade à insuficiência do objecto para o seu conceito (o que parece, a breve trecho, ser verdade para todo e qualquer objecto).

Pode a História da Arte coincidir com uma história da percepção? Nos nossos dias, e depois de um longo período de relação equívoca, o crítico de arte e o investigador académico do domínio artístico estão ligados por uma estranha assimetria cognitiva das suas narrativas: ao mesmo tempo que ambos se encontram no processo de abandonarem critérios próprios de avaliação da debilitada qualidade estética das obras de arte contemporâneas, devem assegurar que o quadro tecnológico que sustenta e dinamiza a arte contemporânea não se transforma em justificação teleológica da tecnologia em si mesma, sustentando o seu devir como sinónimo da arte. De facto, os *cultural studies* são, cada vez mais, confrontados com a necessidade de conceptualizarem a técnica enquanto elemento chave da cultura.

A imagem digital tem um papel central neste tipo de *double-bind* e define a problemática contemporânea da figura do observador. Neste estudo, é nosso intento discutir o facto de uma tal assimetria de narrativas se estar a tornar uma poderosa e perturbadora combinação instável de imagens e percepções, numa clara indiferença à presumida postura ética do observador, o qual, tal como habitualmente o pensamos, deveria ser constante e largamente autónomo relativamente à sua percepção. Daí que possamos aqui discutir, de modo breve, o problema cultural da imagem de um ponto de vista pós-estético. Usaremos, para esse fim, o testemunho de Jacqueline Lichtenstein, que foi, num preciso momento e lugar, violentamente arrancada ao seu olhar esteticamente treinado. Tal deu-se devido à própria força com que aí surgiu uma percepção interior da inadequação inevitável de um tal olhar.

Durante um período marcante da cultura histórica ocidental, o olhar estético sobre as coisas seria entendido como uma escolha óbvia: as imagens artísticas pareciam estar em comunicação directa com os domínios mais profundos do sentido. A estética romântica, em particular, aperfeiçoou, em paralelo, o autor e o espectador enquanto personagens centrais do drama da verdade no processo artístico. Contudo, a verdade não é já um produto social e simbólico dos procedimentos da autoria. Ao mesmo tempo que a tecnociência se está a transformar no último lugar colectivo da produção da verdade, o sistema de valor instalado paralelamente pelas artes perdeu quase todos os critérios canónicos que eram independentes da espectacularidade performativa da acção do artista. E o quadro não ficaria completo se não acrescentássemos que a tecnociência, em si mesma, já não constitui uma prioridade económica e simbolicamente viável sem o suporte de uma larga rede mediática que a sustente o seu ascendente sobre a frágil sociedade ocidental dos nossos dias.

As novas redes da imagem, com o seu aparato de conteúdos irrelevantes e a sua elevada carga neuronal, têm, em primeiro lugar, obrigado o autor a sentar-se, lado a lado, com o espectador. Este não reconhece já o primeiro investido desse estatuto. Em segundo lugar, as redes deram ao espectador o estatuto virtual de «quase autor». Não se pense, contudo, que este é o resultado exclusivo da acção dos *mass media* na sociedade democrática contemporânea. Com efeito, o regime nazi, embora historicamente destruído, desenvolveu e incentivou este tipo de autoria plebeia. Várias das suas facetas eram claramente incompatíveis: por um lado, a sua dimensão niilista era

incompreensível para a maior parte da base de apoio social e, por conseguinte, era disfarçada. O que aqui se refere é, claramente, o Holocausto e o seu programa estético. A afirmação de um tal programa foi sempre insuportável e indescritível. A historiografia conhece a política da extinção, mas recusou sempre reconhecer aí qualquer coisa que possa ser considerada como uma estética do desaparecimento. Uma Estética nazi, uma concepção estética que vai para além das ridículas e ambíguas exposições da «arte degenerada»? Parece-nos impossível dar crédito a uma tal dimensão da experiência do nazismo. Preferimos supor que, de 1933 a 45, a cultura germânica foi abandonada pelas artes, que se teriam exilado ou teriam adoptado o silêncio. Hoje, estamos em condições de compreender que, na sua essência, uma tal Estética poderia ser definida como «a arte de fazer possível o impossível».

Jacqueline Lichtenstein, professora em Paris X e na Universidade da Califórnia e autora de alguns trabalhos de grande importância sobre as conexões entre pintura e retórica², conta-nos a sua experiência:

Quando visitei o Museu de Auschwitz, estaquei diante dos compartimentos do expositor. O que ali vi eram imagens retiradas à arte contemporânea, o que me pareceu absolutamente aterrador. Olhando a exposição de malas, próteses e brinquedos, não me senti assustada. Não entrei em colapso. Não me senti totalmente esmagada como quando dera a volta ao Campo. Não. No Museu, tive subitamente a vívida impressão de estar num museu de arte contemporânea. Regressei ao comboio dizendo a mim própria que eles tinham ganho! Tinham ganho porque haviam produzido formas de percepção que são inteiramente adequadas ao modo de destruição que tinham criado³.

Descrevendo a sua experiência no memorial de Auschwitz, Jacqueline não está propriamente perturbada pela dimensão trágica daqueles despojos, aspecto que qualquer visitante de Auschwitz pode conhecer. Aquilo que perturba a historiadora é algo que não está ali presente e que ela traz à presença no tumulto de sensações e imagens que a assaltam. Naqueles despojos ela viu, não objectos artísticos, mas a própria figuração da arte tal como esta reside hoje entre nós. Aquilo que Jacqueline vê é o *double-bind* do objecto estético: fascinante em si mesmo, ele é capaz de se fechar no círculo estético que forma com o seu observador, embora evoque algo que está, supostamente, numa dimensão ontológica alheia a esse círculo e ao seu conforto perceptivo. Esse é o erotismo peculiar que brota da relação com o objecto que se expõe esteticamente: a indizibilidade que ele aponta, essa voz que está irremediavelmente presa num corpo desaparecido, parece render-se a uma espécie de intimidade com o observador, que nele encontra um conforto grotesco e inusitado. Subitamente, no momento mais inapropriado, a historiadora da arte reencontra-se na posição do espectador.

Ao encontrá-los exibidos segundo um padrão museológico, aqueles despojos são aprisionados no círculo vicioso da imagem contemporânea: como escreveu Fredric Jameson, «o que é visual é essencialmente pornográfico, o que significa que está destinado a ser controlado por um fascínio em bruto»⁴. Jacqueline descreve a sua situação no memorial como sendo a de alguém aprisionado no *double-bind* estético: ao aceitar ser tomada pelo fascínio daqueles objectos, a sua experiência

² É o caso de *The Eloquence of Color: Rhetoric and Painting in the French Classical Age*, Berkeley, University of California Press, 1993.

³ Entrevista citada por VIRILIO, *Art and Fear*, p. 15.

⁴ JAMESON, Fredric, *Signatures of the Visible*, p. 1.

transforma-se numa micro-percepção, demasiado centrada em si mesma, demasiado próxima da situação auto-erótica do olhar. Ela dá por si a ver formas artísticas, processo inconsciente em que encontra um território familiar, o da espectadora.

Quem é o espectador? Por que será insuportável tomar consciência, naquele local e diante daqueles objectos, que se é ainda um espectador? Parte da resposta residirá, certamente, na percepção de que, ao nos constituirmos como espectadores, somos o resultado de um longo processo que transformou as coisas insuportáveis em objectos a que nos podemos dirigir. Os despojos de Auschwitz transformam-se, então, numa paródia da sua pretensa qualidade alegórica. A alegoria forma-se quando já não é possível esperar que uma similitude razoável possa ser estabelecida. Contudo, dado o carácter extraordinário destes objectos, algo vital para o espectador pós-Auschwitz, se aqui seguirmos o *dictum* adorniano, entenderemos que eles se colocam no centro dos objectos impossíveis que hoje pululam.

Resumindo: o que Jacqueline vê não é mais uma exposição, mas a própria arte contemporânea. Confrontada com uma tal tensão, geradora de situações irresolúveis, a arte contemporânea introduz um espectador cego no seu campo. Quer isto dizer que ela institui a cegueira como núcleo da sua experiência. Sendo um cego que vê, o que poderia descrever a situação final de Édipo, o espectador transforma-se num observador. Impreciso e indeciso. Partilhado entre a distância e a auto-justificação. Efectivamente, a arte contemporânea produz, no seu dispositivo de exibição, um efeito próximo daquele percebido por Jacqueline em Auschwitz: a qualidade artística do objecto é-lhe inerente precisamente porque uma tal evidência absorve o observador na sua própria visão. Os objectos de Auschwitz permanecem sob um foco luminoso que os individualiza e deixa de ser possível entendê-los sob um destino comum. Tanto no Memorial de Auschwitz quanto na mostra de arte contemporânea, o objecto contemplado destrói a *mimesis*, entrando num domínio não representacional, no inominado e na sua vizinhança com o sublime.

3.

Num livro sempre mal lido, *La Procédure Silence*, Paul Virilio descreve uma parte substancial da arte contemporânea como «profanação de corpos e de formas»⁵. Numa sociedade que perdeu todo o sentido da equação simbólica entre o sagrado e o profano, uma tal afirmação pode parecer inapropriada. Contudo, não o é: hoje, a arte contemporânea lida quase sempre com elementos espectrais da cultura ocidental. Nesta, a sacralidade comum aos corpos e às formas foi claramente vital. Há uma tendência niílista, cujo trabalho está bem presente no interior da arte contemporânea, que define o ponto de partida da visibilidade artística como o lugar onde os corpos se tornam coisas irreconhecíveis, um ponto onde estes perdem a pele e a sua forma. De modo a constituir uma qualquer ordem artística, torna-se necessário despir tanto o corpo como a sua representação. Se o corpo se tornasse, nesse ponto, uma realidade totalmente incorpórea, um amontoado de carne, então o seu vexame estaria consumado e toda a operação no plano da visibilidade estaria esteticamente comprometida. Ora, parece claro que reside aí o trabalho da arte tardo-moderna: aproximar-se do ponto onde a informe presença de um corpo seja também a irreconhecível utilidade do estético.

⁵ VIRILIO, *Art and Fear*, p. 15.

Tal é, precisamente, o caso dos Campos de concentração do Terceiro Reich. Aí, não deveriam haver corpos remanescentes. Todos os restos humanos deveriam ser queimados, mesmo se já enterrados numa fase anterior do funcionamento do Campo. Esses corpos tinham já cumprido a sua finalidade estética ao servirem como repetido *facsimile* da antropometria judaica. A *Shoah* é, então, paradigmaticamente, o moderno processo estético no sentido em que aí se integra a destruição do próprio suporte, aqui entendido como um material vivo e plástico. O leitor não aceitará, certamente, que designemos a destruição dos judeus europeus como uma «estética da desapareição». Mas há indícios que devem ser interrogados quando tomamos essa estética no seu sentido organizacional. Erradicados esses corpos, a arte teria perdido a sua última instituição enraizada: o Campo de extermínio. Quando a guerra terminasse, não deveria restar nenhum. Então, uma certa arte, este tipo hiperbólico de «body art», teria, com sucesso, transformado a vida europeia, não apenas no seu sentido cultural e político, mas, essencialmente, num sentido biológico profundamente moldado pela estética. Finalmente, a Europa passaria a ser um gigantesco museu dedicado a uma história impossível de narrar. Seria, naturalmente, um museu vazio (excepto no que concerne uma arte remanescente, e por isso banal, que sublinharia a presença ausente do grande gesto artístico). Os artistas teriam já desaparecido com a sua obra. A grande e radical interdependência da vida e da arte (o que há de mais moderno?) teria finalmente acedido à sua realização romântica, teria produzido uma autoria já não restringida à representação e, portanto, irreconhecível.

Ao desaparecer a última afirmação total da arte, provocando um novo tipo de cegueira estética, toda a arquitectura formal sublinharia, precisamente, essa condição. É o que prenunciam as maquetas de Albert Speer para a reconstrução de Berlim, cheias de edifícios gigantescos e cegos. Uma cegueira sublime, certamente. A análise kantiana do sublime na *Crítica Da Faculdade do Juízo* (1790) preparou o terreno para este novo urbanismo museológico dedicado ao vazio. Antes do mais, a nova cidade-museu seria, num sentido nietzschiano, a consequência de uma lei «natural» destruída pelo seu próprio apelo e necessidade. No domínio sublime, a arte faz-se aí um exercício da solidão, tanto epistemológica quanto sensorial. Não muito diferente do que experimentou Hitler ao longo do seu *tour* de três horas, entre as seis e as nove horas da manhã, numa Paris despida de habitantes. O próprio Adolf Hitler declarou que vivera o *Geist* europeu naquela cidade. Este tipo de emoção estética só poderia conduzir ao seu sublime complemento: a destruição de Paris evitada no último momento por oficiais da Wehrmacht.

4.

A separação radical da arte e da tecnologia é um processo historicamente recente. Na verdade, o seu distanciamento parece fazer parte da sua constituição enquanto arenas do conhecimento e acção humanos. Parece claro que os ofícios artísticos se terão constituído como «Arte» na própria medida em que foram sendo afastados de outros modos de actividade cognitiva e experimental como é o caso da ciência e da técnica. Esta separação não foi fruto de uma planificação epocal, mas aparece antes embebida no processo histórico da modernização.

O significado da tecnologia é, tanto num sentido linguístico quanto filosófico, uma questão vital que devemos colocar repetidamente. Heidegger reinventou essa questão⁶, o que se viria a revelar

⁶ Cf. HEIDEGGER, Martin, *Die Frage nach der Technik*.

fundamental para o pensamento pós-metafísico do século XX. Contudo, em vez de continuarmos a perguntar, sempre mais uma vez, como Heidegger nos convidava a fazer, estamos antes concentrados em produzir e fazer circular sempre mais imagens que são colocadas no interior dos mundos tecnológicos. Estas imagens, mais do que serem produzidas pela tecnologia, são antes a recriação da própria tecnologia. Elas manifestam claramente a separação que, através delas, ocorre entre arte e tecnologia, o que não deve ser entendido como um afastamento progressivo uma da outra: a arte já não é um processo de autonomização de uma parcela da *techné*, mas uma nova forma de fazer/desfazer coisas para além da sua potencialidade técnica original.

Se for certo que a tecnologia conduza a História, então deveremos acrescentar que ela a conduz para além do ponto onde é possível reconhecê-la ainda como arte. Como escreve Heidegger, trata-se de «um domínio que, por um lado, está ligado à essência da tecnologia e, por outro, é, em si mesmo, diferente dela»⁷. A cultura artística já não se encontra face à tecnologia. Ninguém pode hoje, se for honesto, considerar a cultura como uma força capaz de se opor à tecnologia, transformando-a a partir das premissas autonomizadas na cultura humanística. Bem pelo contrário, quando a arte se tornou estranha à tecnologia, quando a vemos tentar reentrar nesta como um discurso parasitário, todos os pontos de vista alternativos sobre o problema técnico desapareceram da cultura ocidental.

Num certo sentido, a arte é ainda um domínio «ligado à essência da tecnologia» mas que se mostra incapaz de exibir uma diferença mobilizadora. A arte virtual está no centro desta transição da figura do espectador para o observador, o qual encarna a situação do novo «artista»: a sua autonomia não faz face à técnica porque age no interior desta, produzindo autonomias virtuais.

A arte contemporânea não decidiu ainda que dimensão da humanidade será revelada a partir destes processos de antropometria negativa que tiveram os seus antecessores nos Campos. Neste tipo particular de extermínio podemos, eventualmente, encontrar a resposta para a pergunta que Virílio colocava a propósito da profanação artística. Todos os corpos possíveis dependem de uma infinidade de imagens relacionadas com a Humanidade através da analogia.

A analogia será, então, a palavra-chave. Não, sublinhe-se, uma analogia humanamente orientada. É antes o homem que é orientado para analogias que apenas pressente quando escuta o interior dos dispositivos técnicos. A identificação facial, a geometria da mão e o *scanner* da íris indicam que somos já parte de múltiplos bancos de dados. Aí, somos simultaneamente um observador e um objecto informacional que é processado e arquivado. Aí, duas linhas genealógicas convergem: uma técnica e uma artística. O ponto do dispositivo onde se intersectam significa a escolha de um certo tipo de atenção, um dilema próximo daquele pressentido por Jacqueline Lichtenstein. Daí o motivo mais secreto da sua angústia: o verdadeiro objecto da actividade tecnológica já não é um conjunto de entes técnicos interligados e dependentes de redes precisas, mas a própria individuação destes. Face aos despojos de Auschwitz, ninguém encontra uma passagem entre os números abstractos das vítimas, a sua condição colectiva, e a vida individual que ali se encontra nos óculos de aro fino ou nos rolos de cabelo amontoados. Do mesmo modo, nenhum conhecimento técnico está hoje em condições de conhecer exactamente a sua condição de sujeito emergente, à semelhança do que aconteceu com a antropogénese. Só uma relação directa entre sujeitos gnoseológicos híbridos e não híbridos pode ainda deter o processo de aniquilamento

⁷ HEIDEGGER, *ibid.*, p. 47.

enunciado na *Shoah*. Só um diálogo directamente dirigido aos entes técnicos, diálogo que se configura como prótese da nossa condição, pode ainda permitir-nos conhecer os indivíduos de novo tipo que enchem a antiga sociedade humana. É evidente a analogia com o trabalho artístico, o que não deve necessariamente sossegar-nos já que reside aí, tal como nas fotografias do *Sonderkommando*, o laço profundo entre percepção e destruição.

Bibliografia

- Dery, M., (1996) *Escape Velocity: Cyberculture at the End of the Century*, Hodder & Stoughton, London.
- Didi-Huberman, G., (2003) *Images Malgré Tout*, Minuit, Paris.
- Jameson, F., (2007) *Signatures of the Visible*, Routledge, London.
- Moser, M.A. (1996) (org.), *Immersed in Technology*, MIT Press, Cambridge, Massachussets.
- Postman, N., (1992) *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*, Knopf, New York.
- Rotzer, F., (1996) "The Virtual Body." In *Perspektiven der Medienkunst/Media Art Perspectives*, ZKM, Karlsruhe.
- Virilio, P., (2003) *Art and Fear*, Continuum, London.
- Virilio, P., (2005) *Negative Horizon*, Continuum, London.

CULTURE JAMMING. PRECISAMOS DELE?

*We will take on the archetypal mind polluters
And beat them at their own game.*

Kalle Lasn, *Culture Jammers' Manifesto*

*A proper diet of mindful and sustainable
consumption is crucial for self-transformation
and for the transformation.*

Alan Hunter Badiner, *Mindfulness in the Market
place: A Compassionate Response to Consumerism*

O *culture jamming* pode ainda ser considerado um fenómeno socio-cultural relativamente recente que começou apenas em 1984 quando um grupo colectivo de música e arte experimental, *Negativeland*, de São Francisco, cunhou o termo para designar as suas actividades. Na interpretação de Fernando C. Delgado (2006), *culture jamming* representa um amplo leque de práticas conscientemente realizadas pelos activistas do movimento de modo a interferir com todos os tipos de anúncios publicitários e sabotar os meios de massas envolvidos em campanhas publicitárias. Em termos mais gerais, dirige o espectador público para uma consideração da estratégia corporativa original e assim desafia e nega os valores típicos da cultura de consumo e o consumismo. (Pickerel *et/ al.*, 2006) Consequentemente, ao fazer isto, o movimento pretende impedir a popularidade, mesmo o domínio, destes últimos, como um estilo de vida quase singular e obrigatório, acriticamente aceite pela maioria da população mundial. O entendimento acima referido é confirmado pela análise semântica do termo, uma palavra composta, em que o significado do

primeiro constituinte, o verbo *jam*, pode ser definido em termos dos seguintes sinónimos: *block, cease, clog, congest, halt, obstruct, stall, stick* (*The New Collins Thesaurus*, 1984: 373), e o segundo constituinte, o substantivo *culture*, torna preciso a área alvo de *jamming*. Referindo-se a um movimento filosófico, *culture jamming* é típico da cultura pós-moderna e pode bem ser considerado um contra-produto da cultura de massas e da cultura popular. Assim, por um lado, é uma manifestação da sua diversidade ideológica, acima de tudo, da sua orientação de mercado e de consumo, para não dizer domínio. Por outro lado, contudo, também constitui a sua antítese, opondo, negando e invalidando os valores subjacentes à principal corrente da sociedade, em particular o materialismo e os seus derivados. *Culture jamming* continua assim a tradição da contra-cultura, mesmo anarquia, que foram os movimentos socio-culturais e políticos mais destacados e influentes da década de 1960.

Kale Lasn, um importante activista dos *media* e um dos fundadores e teóricos do *culture jamming*, afirma abertamente a relação acima referida, apontando para o impacto de movimentos contra-culturais como, por exemplo, os movimentos anarquista, *hippy*, antiglobalista, ecologista, *punk* e mesmo Surrealista ou Dadaísta, todos com raízes no século XIX. Reportando-me de novo a este autor, embora os *culture jammers* tenham diferentes raízes ideológicas, todos constituem uma rede indefinida de artistas, ecologistas, activistas de esquerda, poetas, filósofos, anarquistas e eco-feministas internacionais, tanto radicais como moderados, para quem o principal objectivo é negar a ordem socio-cultural e económica estabelecida. (1999: 100, 111-12) Os seus propósitos, porém, tornam-nos profundamente devedores em particular da ideologia e das práticas tanto de Situacionistas¹ como de Provos², os quais poderiam ser considerados os seus predecessores imediatos.

Deixem-me sublinhar que os Situacionistas e os Provos foram os primeiros a usar a anarquia e técnicas subversivas como instrumentos na luta contra uma cultura *pop* dominada pelo culto do dinheiro e dos valores materiais promovidos pelos anúncios publicitários. Os Situacionistas acreditavam que o verdadeiro significado dos anúncios seria revelado ao se lhes modificar as mensagens; assim, os mecanismos para ganhar poder sobre um potencial consumidor através da manipulação do seu desejo seriam publicamente revelados e sabotados. De igual forma, os Provos envolveram-se em diversas actividades diferentes de modo a mostrar aos consumidores o absurdo da sua vida dominada pelo consumo e um impulso insaciável de acumular bens materiais. À medida que os compradores substituíram o velho slogan *Keep up with the Joneses*, que exprimia com

¹ Consistindo num grupo de escritores fundado em Itália em 1957, os Situacionistas definiam a cultura moderna como um falso espelho que distorce a imagem tanto do mundo como das pessoas. O seu principal objectivo era destruir esse espelho e transformar a realidade ao alertarem os indivíduos para a necessidade real de se recriarem no âmbito de novas dimensões não-materialistas. Os Situacionistas condenavam os bens materiais e o consumo como os principais factores responsáveis por uma crise sócio-cultural. Usavam meios não-convencionais para demonstrar os mecanismos do poder e a manipulação por detrás das estratégias que promovem o consumo ilimitado. [Ver A. Badiner (ed.) (2004) *Uwa?no?? na Targowisku. Globalny Rynek i Masowa Konsumpcja, a ?wiadome ?ycie* (*Mindfulness in the Marketplace: A Compassionate Response to Consumerism*), Jacek Santorski, Warszawa.]

² Fundado a 25 de Maio de 1965 e oficialmente desmantelado a 13 de Maio de 1967, *Provos* (de provocar) consistia um grupo holandês de activistas sociais. Chefiado pelo poeta, actor e activista anti-tabágico Robert Jasper Grootvelde, juntamente com o anarquista Roel van Duyn, *Provos* foi inspirado por artistas. Este grupo criticava abertamente a sociedade de consumo recorrendo à não-violência, ganhando proeminência mundial através de protestos no casamento real da Princesa Beatriz da Holanda com Claus von Amsberg. Quando foi dissolvido, os seus membros fundaram *Kaboutersb* (o Partido de Roel van Duijn) cujo principal objectivo era a severa crítica de uma sociedade de consumo irreflectido. [Cf. S. Home (1998) *The Assault on Culture. Utopian Currents from Lettrisme to Class War*, Aporia Press and Unpopular Books, London.]

sucesso a filosofia de vida da década de 1950, com fórmulas mais adequadas como sejam *shop till you drop, buy till you die*, para além de *taking the waiting out from wanting*³, escolheram, ao mesmo tempo, desempenhar, acima de tudo, o papel unidimensional e espiritualmente empobrecedor de consumidores e, só depois, todos os outros. Assim, a importante mensagem veiculada pelos Provos é que os anúncios televisivos, de outros meios, e os centros comerciais resultam numa crescente alienação da maior parte dos membros da sociedade de consumo. Os consumidores pós-modernos vivem uma vida vazia, fútil e superficial, estando, mesmo subconscientemente, sempre a afastar-se do paradigma “ser” em direcção ao paradigma “ter”. (Jawlowska, 1975) Os Provos também condenaram severamente os meios de comunicação social que, ao promoverem um estilo de vida orientado para o consumo e ao criar falsas necessidades materialistas para manipular os potenciais consumidores, exercem uma influência fortemente negativa, corrosiva e devastadora na psique e na identidade humanas. Na maior parte dos casos, a identidade pós-moderna foi reduzida a nada mais do que um produto de mercado, passível de ser comprada juntamente com outros bens de consumo; quando a sua novidade se desvanece, é de imediato substituída por uma versão melhor e actualizada. Em consequência, a identidade torna-se instável, desenraizada, líquida e desprovida da capacidade de dar ao seu proprietário(a) um sentido claro do que é. Formas chocantes de expressão artística tais como *happenings* e espectáculos poéticos representados aos sábados nas ruas de Milão, São Francisco, Copenhaga e Estocolmo, costumavam ser um meio de protesto preferido e muitas vezes usado pelo Provos.

Em resumo, tanto os adeptos do Situacionismo como do Provos se propunham criar um indivíduo consciente, reflexivo e sensível, que conseguisse distinguir entre valores materiais e aqueles valores conducentes à realização de dimensões plenamente humanas da sua identidade. Para além disso, tal pessoa seria capaz não só de fazer uma avaliação crítica da sua situação, mas também de a melhorar ao modificar os seus hábitos diários, estilo de vida e formas de auto-criação, auto-realização e auto-expressão.

As mesmas ideias encontram-se subjacentes à filosofia dos *culture jammers*, que se inspira também numa forte e implacável crítica à actual situação económica, social e ecológica em países economicamente privilegiados, antes de mais, e depois em todos os outros que aspiram a imitar e adoptar um estilo de vida baseado no consumismo e no seu correspondente sistema de valores. Revolta e fúria contra a economia de mercado e o consumismo, bem como a sua condenação caracterizam todos os membros do movimento.

Contudo, isto não corresponde necessariamente a uma ideologia totalmente pessimista cuja principal preocupação seja a destruição da afluência económica das sociedades modernas. Deixem-me sublinhar uma vez mais que uma crítica socio-económica puramente negativa não é o principal objectivo do movimento. Ao mostrar que o espectáculo proporcionado pelos principais actores da sociedade de consumo – produtores e consumidores – não é apenas um espectáculo, um conjunto de imagens, mas, em primeiro lugar, uma imagem de relações humanas em constante e dramática deterioração⁴, os activistas e ideólogos de *culture jamming* acreditam ferverosamente que a opressão económica e a escravatura de base consumista podem ser positivamente modificadas.

³ Cf. Zygmunt Bauman (2006) *P?ynna Nowoczesno?? (Liquid Modernity)*, Wydawnictwo Literackie, Kraków, para uma interessante discussão dos princípios básicos da ideologia de consumo.

⁴ Favor consultar a obra *The Society of the Spectacle* do observador francês dos media, Guy Debord, que afirmou “o espectáculo não é um conjunto de imagens, mas antes uma relação social entre pessoas que é mediada por imagens”, in Pickerel *et al.*, 2006.

Acções subversivas contra todas as formas de hiper-consumismo e as instituições que o representam, bem como as actividades que servem a sua promoção são os meios adequados para o conseguir. Assim, os meios de comunicação social, as campanhas de publicidade ou o *branding*, os anúncios, os *templos de consumo*⁵, juntamente com os ícones culturais populares e símbolos do consumismo, todos tornaram-se alvo dos *culture jammers*. Consequentemente, estes pretendem chamar a atenção dos consumidores para os reais custos humanos do consumo e para os usos, ou melhor dizendo, abusos, corporativos privados das ondas “públicas”. Pretendem transformar um consumidor marionete num consciente comprador de bens e serviços que decide por si mesmo(a) os seus gostos, desejos, necessidades e, o mais importante, a sua identidade. Esperam ser capazes de colocar as suas ideias em prática através de técnicas como brincadeiras, *agitprop* áudio, corrupção dos *outdoors*, semiótica de guerrilha, humor⁶, *zines*, etc. Todas estas técnicas servem para desconstruir a cultura da publicidade e a fixação pós-moderna das pessoas em ícones e marcas, para tornar “não-fixe” produtos de mercado e serviços de consumo, para “des-comercializar” modas e celebridades que impulsionam sonhos orientados para o mercado, e finalmente para quebrar o “transe mediático” que engole as pessoas e retira à maioria delas a capacidade de agir como seres humanos reflexivos, criativos, plenos e independentes. (Pickerel *et al.*, 2006)

O hiper-consumo é alvo dos *culture jammers* também devido ao seu impacto negativo no processo de construção identitária e em valores cívicos. Como referimos acima, tal resultou numa alteração do papel social dominante: tornámo-nos, acima de tudo, em consumidores compulsivos, deixando de ser cidadãos que pensem em termos sócio-políticos amplos e ajam pelo bem comum. Como se depreende de pesquisa realizada, entretenimento, compras e outras actividades de consumo típicas fazem parte das principais preferências de tempo livre para a maior parte dos indivíduos, enquanto as questões políticas interessam apenas a uma minoria. E isto acontece porque os *meios de comunicação social comerciais e os locais de entretenimento público são ambientes cuidadosamente construídos de forma a evitar a política e os problemas do mundo real que possam perturbar estes impulsos de consumo*⁷. E mesmo que não o façam directamente, o que é bastante raro, a verdadeira razão para criar anúncios comoventes e controversos que comuniquem preocupações sociais é para “chocar-e-ser-lembrado” no meio de outros concorrentes no mercado. Este é o objectivo por detrás dos anúncios aparentemente comprometidos, social e politicamente, da Benetton e das acções da Body Shop, que fingem não apenas sensibilizar os seus consumidores para questões mundiais como fome, guerras, limpezas étnicas, discriminação racial, o efeito de estufa, a destruição da floresta tropical, etc., mas também fazê-los assumir responsabilidade por estas questões e agir de forma a pôr fim a estes desastres de origem humana.

O resultado imediato de semelhante semiótica de espaço e mercado é, para usar a metáfora extremamente apropriada de Bauman, a morte do *agora* provocada por uma crescente individualização das vidas e identidades humanas, e uma crescente tendência para pensar em termos de

⁵ A expressão “templos de consumo” foi usada por George Ritzer na obra *Enchanting a Disenchanted World. Revolutionizing the Means of Consumption*, Seven Oaks, California: 1999.

⁶ A tese de mestrado de Sven Woodside em Estudos de Media na Universidade de Amesterdão, publicada em 2001, tem um título muito significativo: *Every Joke is a Tiny Revolution. Culture jamming and the Role of Humour* (<http://www.nassio.com/sven/>, 2 de Janeiro de 2007). Consiste numa ampla discussão das formas em que o humor é usado pelos *culture jammers*.

⁷ “*Culture jamming and Meme-based Communication*”, artigo na Internet, <http://depts.washington.edu/ccel/polcommcampaigns/CultureJamming.htm>, 23 de Novembro de 2006.

questões pessoais. O conflito entre os conceitos romanos de *res publica* e de *privata* nunca foi tão premente como é hoje, porque resulta em indiferença social e política. Não será significativo que a maior parte dos tópicos das conversas do dia-a-dia tanto nos países em vias de desenvolvimento como nas sociedades afluentes tenda a desenvolver-se em torno de compras, impostos, preços, ofertas especiais, promoções, novos centros comerciais, etc.? Consequentemente, as relações humanas tornaram-se superficiais e sectoriais, puramente instrumentais e transaccionais, e a maior parte das identidades são de curta duração, artificiais, e espalhafatosas. Estas características são os seus principais denominadores e uma condição *sine qua non* de sucesso e atracção. O que os *culture jammers* oferecem em vez da cultura de consumo e das suas efémeras promessas é uma nova cultura com coração e alma não-comerciais (Lasn, 1999: 124), uma cultura que poderia ser capaz de reconstruir valores humanos e uma sociedade cívica.

Ao discutir os conceitos subjacentes à filosofia dos *culture jammers*, é importante sublinhar o seu contexto global. A globalização, tanto económica como cultural, vista como a principal força de alimentação do consumo, é o verdadeiro alvo dos protestos dos *jammers*. Deixem-me frisar que a globalização não só criou uma nova cisão económica e sócio-cultural, multiplicando os efeitos da exclusão de indivíduos e de países da família global, como também implica crimes ecológicos. Para além do mais, ao mesmo tempo deriva de e resulta no poder político de corporações transnacionais que, focando-se em ganhos económicos, geralmente agem como predadores sociais e ambientais sem qualquer responsabilidade, ou com muito pouca, pelo bem-estar social de regiões inteiras do mundo.

Da mesma forma que os seus predecessores da contra-cultura, os *culture jammers* usam meios não-violentos para lutar contra o isolamento comercial da vida pública bem como o consumismo, as suas instituições e estratégias de comunicação. É por isto que *culture jamming* é também definido como uma nova forma de comunicação que se encontra saturada com os valores e informação própria do ambiente comercial, “de logos corporativos em instalações desportivas a conteúdos televisivos concebidos apenas para entregar públicos alvo a produtores e patrocinadores”⁸.

Deixem-me sublinhar mais uma vez que a política não-convencional e não-violenta dos *culture jammers* resulta em actividades de igual forma invulgares e pacíficas de comunicar os seus objectivos recorrendo ao humor, ironia, jogos de palavras e choque como estratégias preferenciais. Entre os muitos exemplos espectaculares de acontecimentos concebidos para sabotar a cultura de consumo, Lasn (1999: 111) enumera os seguintes: colocar rótulos com a palavra **FAT** escrita em maiúsculas nas mesas e nos tabuleiros dos restaurantes McDonald’s, mudar o local habitual dos produtos nos supermercados, marcar pistas de bicicleta alternativas, etc. O evento *Cash Back Money Drop* também merece, decididamente, ser referido no contexto da nossa discussão. A ideia era muito simples: *culture jammers* despositaram dez mil dólares em notas de um dólar diante do edifício da Bolsa em Nova Iorque, o que paralisou o trânsito e mesmo o trabalho da Bolsa, quando os seus agentes abandonaram os postos de trabalho para apanhar dinheiro. (Sowa, 2003: 212) Outro exemplo interessante e absolutamente notável das práticas dos *culture jammers* são os sermões de um artista de teatro e activista sediado em Nova Iorque, o Reverendo Billy Talens da “Igreja de Parar de Comprar”.

Os seus sermões, que prega nas ruas de Nova Iorque, em centros comerciais, praças, cafés Starbucks, etc. constituem uma visão apocalíptica de “Affluenza” – a doença de hiperconsumo.

⁸ <http://depts.washington.edu/ccce/polcommcampaigns/CultureJamming.htm>, 23 de Novembro de 2006.

(Szwabowski, 2006) Dois motivos/questões básicos surgem sempre nessas preleções: *Tire as mãos do produto!* e *Crianças, vamos deixar de comprar hoje?* A mensagem final é: *Tentem fazer pequenas mudanças e sejam brandos convosco mesmo. Acordem! Estão a viver numa ilusão de parque temático multinacional.* (Westcott, 2003) Com o seu grupo de doze cantores, Rev. Billy Talens também toma parte em intervenções teatrais durante o *Dia Pare de Comprar*, imediatamente a seguir ao Dia de Acção de Graças, consistindo numa campanha mundial lançada pela revista *Adbusters*, uma *porte-parole* dos *culture jammers*. O espectáculo é “representado” por cerca de 12 pessoas envergando vestes douradas e balançando-se de um lado para o outro ao mesmo tempo que entoam um cântico anti-consumista – erguem as mãos violentamente e afastam um brinquedo Rato Mickey imaginário feito por trabalho escravo, ou um café que custa \$5, ou ainda um dos “brinquedos de guerra” da FAO Schwarz. (Westcott, 2003)

O verdadeiro objectivo do Reverendo é fazer com que a multidão de compradores reflecta sobre questões tão básicas como: *De onde vêm as nossas compras? Quem as fez? Estes produtos exprimem quem somos? Orgulhamo-nos de onde eles vêm?* (Westcott, 2003) Estas são perguntas importantes, que dizem respeito a problemáticas políticas e económicas mais amplas presentes num ambiente de marcas. Tais problemáticas prendem-se, por exemplo, com danos ambientais, a “transparência” de produtos ou empresas, a experiência muitas vezes traumática de trabalhadores desempregados ou excluídos de fantasias publicitárias, ou então o trabalho escravo e a responsabilidade de consumidores economicamente privilegiados no controlo da exploração infantil em países em vias de desenvolvimento, nos quais tem origem a maior parte dos bens de consumo. Embora criticado por muitos por troçar da religião e ferir os sentimentos religiosos dos Católicos, o que o Rev. Billy Talens pretende fazer é mostrar que, na cultura pós-moderna, a verdadeira religião é o consumo e os seus novos templos – centros comerciais, parques temáticos, restaurantes de *fast food*, etc.. Estes são, na maior parte dos casos, típicos hiperespaços mais frequentados por congregações de compradores do que qualquer igreja verdadeira.

Figura 1

Seguidores da “Igreja de Parar de Comprar” concentram-se diante do Hotel Plaza, em Nova Iorque



Para além de fomentar *happenings*, representações e espectáculos invulgares, a subversão de anúncios serve como meio poderoso e eficaz de sabotar e minar a cultura comercial. A julgar pelos efeitos práticos, é também uma técnica de comunicação cada vez mais utilizada. Etimologicamente, *subvertising* é um neologismo que consiste na combinação de duas palavras, designadamente *subvert* e *advert*. Quando combinadas, os seus campos semânticos emitem duas mensagens mutuamente opostas e exclusivas, e consequentemente resultam numa alteração tal do significado original veiculado por um dado anúncio publicitário que se torna um anti-anúncio. Deixem-me frisar que a ideia subjacente ao conceito de *subvertising* se baseia no efeito de um *double entente*, diversão e jogo de palavras. A mensagem à superfície é um mero pretexto para comunicar uma verdade mais profunda, geralmente dolorosa e fortemente crítica da realidade do mercado. *Adbusters*, a revista canadiana líder do movimento, descreve *subvertising* da seguinte forma:

*A well produced "subvert" mimics the look and feel of the targeted ad, promoting the classical "double-take" as viewers suddenly realise they have been duped. Subverts create cognitive dissonance. It cuts through the hype and glitz of our mediated reality and, momentarily reveals a deeper truth within.*⁹

Memes são unidades comunicacionais básicas de *subvertising*. Segundo Richard Dawkins, são "imagens condensadas que estimulam associações visuais, verbais, musicais, ou comportamentais que as pessoas conseguem facilmente imitar e transmitir a outros" (1989). Tornam-se *memes* de *culture jamming* quando, devido a um novo contexto ou algumas modificações da imagem-símbolo básico, veiculam uma imagem oposta e consequentemente uma nova mensagem que nega a primeira. Um bom exemplo de como os *memes* são usados por *culture jammers* é a versão modificada do anúncio da *Coca Cola* em que o *slogan* foi reconstituído, desta forma modificando totalmente o seu sentido. Escrito com as mesmas letras e usando as mesmas cores e grafismo do anúncio original, o *slogan* recomenda *Enjoy Capitalism* (ver figura 2). Afirmando-se como símbolo de globalização e consumo, *Coca Cola* aponta alguns resultados negativos da globalização, representando, por exemplo, a homogeneização cultural ou a americanização, e mesmo a pobreza crescente de algumas regiões do mundo onde empresas transnacionais operam tirando partido de mão-de-obra barata. Assim, o *subvertisement* é uma acusação directa ao sistema político e económico que permite que as velhas divisões entre ricos e pobres venham à superfície de forma ainda mais evidente do que anteriormente. Cada vez que desfrutamos de *Coca Cola* estamos também a apoiar o sistema que a produziu.

Figura 2
Enjoy Capitalism

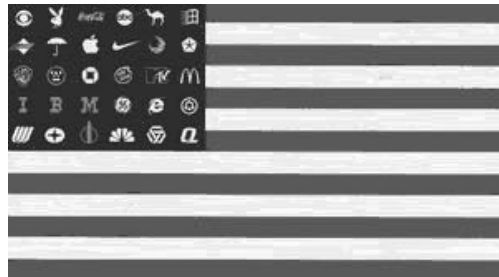


⁹ <http://en.wikipedia.org/wiki/Image:Subvertise.png>, 15 de Novembro de 2006.

A mesma técnica tem sido usada para criar a bandeira corporativa de *Adbusters*. A bandeira americana serviu como pano de fundo para criar e, de seguida, imediatamente distorcer as associações que evoca. Originalmente, representa o *ethos* nacional americano e os seus valores fundamentais, como sejam, independência, liberdade, democracia, direitos humanos e igualdade, os quais são acarinhados por todos os americanos e que, ao longo de décadas, têm sido fonte de orgulho e símbolo de identidade. Mas quando as estrelas que simbolizam os estados americanos são substituídas por diferentes bens de consumo e produtos comercializados, a mensagem envia significados diametralmente opostos. Em primeiro lugar, os EUA surgem como símbolo inquestionável de consumismo bem como berço da cultura de consumo, o que resulta numa mudança dramática de valores. Consequentemente, a liberdade pessoal tem sido questionada e dominada por valores materialistas e liberdade orientada para o mercado. É o mercado que estabelece as suas fronteiras uma vez que as escolhas que todos fazemos na nossa vida são possíveis apenas no âmbito da gama oferecida pela cultura de consumo. As nossas limitações não são sentidas de forma tão dramática como nos primeiros anos do capitalismo quando Henry Ford afirmava que os americanos eram livres de comprar qualquer automóvel desde que fosse um *Ford* preto, mas são usados meios mais subtis tanto para criar as nossas necessidades como para proporcionar as formas de mercado de as realizar. A bandeira americana tão habilmente adaptada zomba da sociedade de consumo e serve como símbolo de anti-consumismo (ver figura 3). Esta justaposição de dois conjuntos de valores mutuamente exclusivos, corporizados em cada bandeira, constitui uma mensagem poderosa que não necessita de mais comentário já que é, em si mesma, um comentário significativo ao *ethos* social pós-moderno.

Figura 3

Bandeira institucional dos *adbusters*



Um efeito ainda mais espectacular de um *meme subvertising* é a solicitação de um *jammer*, Jonah Peretti, que, em resposta à oferta da *Nike* de incorporar uma identificação personalizada nos sapatos desta marca, pediu à empresa que colocasse a identificação da *fábrica de escravatura* sob o *swoosh* dos seus sapatos. Peretti explicou por que pediu esta identificação bastante invulgar, afirmando a necessidade de “recordar o esforço e trabalho das crianças que fizeram os meus sapatos”¹⁰. Ao fazer isto, Peretti não só danificou a imagem positiva da Nike, mas também colocou questões éticas sobre as responsabilidades morais das escolhas dos consumidores, do seu consumo

¹⁰ Feb. 2001, *Nike's Love of Freedom and Personal Expression*, <http://www.cleanclothes.org/companies/nike01-02-16.htm>, 26 de Novembro de 2006.

e da sua liberdade orientada para o mercado. Tais questões são particularmente pertinentes quando a escolha de artigos de moda e de consumo dispendiosos implicam exploração infantil em fábricas de escravatura em países em vias de desenvolvimento. Esta acção revelou-se subversiva: o seu verdadeiro valor e êxito consistiram na denúncia de pressupostos morais, políticos e económicos questionáveis por detrás da cultura comercial.

Culture jammers raramente usam anúncios de televisão para os seus propósitos, pela simples razão que, em primeiro lugar, são caros, especialmente quando apresentados em horário nobre, e, em segundo lugar, porque nenhuma estação os emitiria arriscando-se a agir contra empresas que investem fortemente em publicidade televisiva. No contexto económico das actividades dos *adbusters*, deve ser referido que o único anúncio anti-comercial emitido pela CNN mostrava um símbolo do hiperconsumo americano, um enorme porco, sobre o mapa dos EUA, com o seguinte texto: “Um americano médio consome cinco vezes mais do que um mexicano médio, dez vezes mais do que um chinês médio, e trinta vezes mais do que um Hindu médio.” (Hendler, 1999: 132) Devemos igualmente acrescentar que o seu custo foi o de 10.000 dólares. Consequentemente, os *outdoors* tornaram-se um alvo natural de *adbusters*, uma forma de protestar conta a exploração do espaço público para lucros privados que viola a base da democracia, os seus direitos e liberdades fundamentais respeitados em qualquer sociedade cívica. Napier, o fundador do *Billboard Liberation Movement* (*Movimento de Libertação dos Outdoors*), afirma que o espaço público pertence a todos os cidadãos e que todos têm o mesmo direito de decidir como será utilizado e o que nele será colocado. (Berger, 2001: 453) Os mesmos argumentos são trazidos à discussão por Klein, que, na sua famosa obra *No Logo*, acusa os *marketeers* de agir como monopolistas de informação. (2004: 289) Afirma Klein que não só compraram o espaço público para o usar para os seus interesses privados, como também negaram o direito do seu proprietário público de participar na decisão sobre o tipo de informação que o encherá. Críticas semelhantes são apresentadas pelo grupo de *culture jammers* polacos e membros do grupo de *subvertising* PIF-PAF¹¹. Ao mesmo tempo que se mostram fortes opositores da presença de *outdoors* no espaço público, chamam a nossa atenção para a sua má utilização através da imposição arrogante de textos e imagens aos indivíduos, ignorando totalmente os seus verdadeiros interesses, preferências e convicções, para não falar na sua concordância em lhes serem dadas determinadas informações.

A “guerra dos *outdoors*” consiste em derrotar o adversário com a sua própria arma. Assim, *culture jammers* usam as mesmas estratégias, técnicas e meios dos *marketeers* mas com um significado totalmente oposto que reflecte os seus próprios princípios filosóficos e ideológicos. Consequentemente, as mensagens anti-consumo e anti-publicidade surgem quer em novos *outdoors* especialmente concebidos para cada acção específica, o que é menos popular, ou nos *outdoors* já existentes, cuja mensagem original é habilmente deformada de forma a tornar-se a sua antítese. Paradoxalmente, os anúncios tornaram-se facas de dois gumes usados por ambas as facções envolvidas – tanto *culture jammers* como *marketeers* para atingir objectivos distintos. Por enquanto, é difícil apontar um vencedor definitivo.

Há muitos exemplos de *outdoors*, tanto gerais como específicos, que criticam o estilo de vida baseado no consumo e a identidade que lhe corresponde. Os primeiros apenas sensibilizam para o

¹¹ O grupo PIF-PAF publica a revista on-line interdisciplinar *Ha!Art.*, http://katalog.czasopism.pl/pismo.php?id_pisma=769, 21 de Dezembro de 2006.

problema premente de sobre-/hiper-aquisição e sobre-/hiperconsumismo, enquanto o segundo tipo apresenta exemplos concretos deste comportamento e aponta para empresas dominantes cujos anúncios servem essencialmente para incitar à espiral do consumo. Assim, o anti-anúncio *Buy more crap* (figura 4) é, em primeiro lugar, uma tentativa de nos fazer reflectir nas razões e na forma como compramos, bem como se todos os produtos que trazemos para casa a cada visita ao supermercado são realmente necessários. Alerta-nos para o facto de que, frequentemente, após as nossas incursões consumistas, confessamos a nós mesmos não precisar daquilo que comprámos.

Figura 4
Buy more crap



As perguntas a fazer quando vemos o *subvertisement* acima são as seguintes: somos compradores conscientes, capazes de tomar decisões independentes, seguindo as nossas verdadeiras necessidades e preferências? Somos livres nas nossas escolhas? Somos capazes de afirmativamente defender os nossos direitos de agir conforme o nosso sistema de valores?

O mesmo conjunto de questões é colocado pelo anti-anúncio dos produtos Tommy Hilfiger, *Follow the flock* (Figura 5). Dado que a capacidade de pensar pertence pura e exclusivamente ao domínio do humano, porque não a usamos criativamente quando compramos? Porque seguimos a multidão como autómatos incapazes de tomar decisões individuais e assumir responsabilidade por elas? Podem as nossas decisões de compra reflectir mais do que sermos apenas cliente e consumidor? O *subadvertisement* é quase ofensivo, mas o choque e a ofensa são técnicas muitas vezes usadas para acordar os consumidores da letargia consumista e travar o transe de compras.

O conceito anteriormente referido de cliente consciente implica também a ideia da responsabilidade do cliente não apenas pelo acto singular de comprar mas por todo o sistema económico que permite a exploração de regiões do mundo economicamente menos privilegiadas. O facto de alguns bens serem atractivamente baratos significa em regra uma remuneração dramaticamente baixa, um longo horário de trabalho, o trabalho de crianças, condições de trabalho perigosas. Muito poucos compradores pensam nos elementos do preço que já foram pagos por uma força de trabalho pobre, sem instrução, e económica e politicamente marginalizada algures numa terra de ninguém. O *subvert* dos sapatos *Nike* (Figura 6) revela a verdade menos agradável e

moralmente perturbadora sobre o mercado de consumo, apontando a sua lógica implacável e regras selvagens. Embora a globalização tenha começado com a ideia de uma economia global que criaria uma oportunidade para os países mais pobres saírem da franja económica, a realidade parece muitas vezes zombar desse nobre conceito. O mundo é ainda mais diversificado, economicamente, do que antes, e o adjectivo global dificilmente se aplica a algumas regiões do mundo, como por exemplo, África. Assim, em particular hoje em dia, globalização também deveria significar consciencialização global, responsabilidade global, sensibilidade global, e, acima de tudo, solidariedade global, resultando na tentativa de proporcionar oportunidades a todos os habitantes onde velhas divisões desaparecem e não são criadas novas. Como o mercado é um actor extremamente importante no jogo, os consumidores podem usar a sua influência ao fazer escolhas conscienciosas de bens e produtos. Deveríamos compreender que comprar um produto ou boicotá-lo é também uma decisão política.

Figura 5

Follow the flock

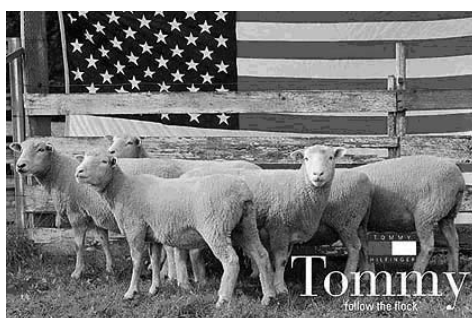
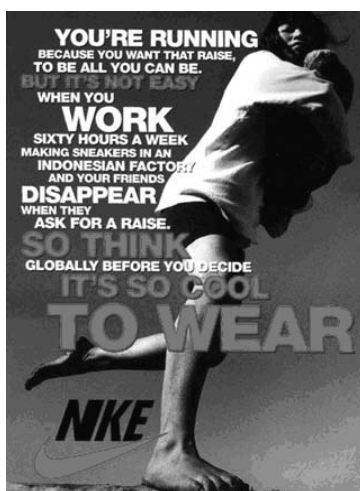


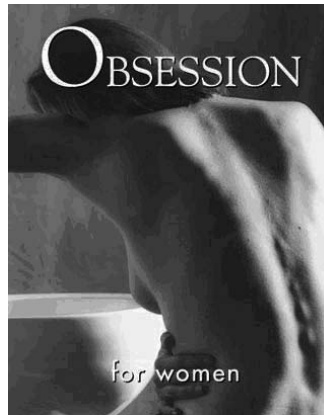
Figura 6

Sapatos Nike



A saúde pública é outra preocupação dos *culture jammers*. Frisamos que, numa tentativa de conseguir melhores resultados de vendas, as empresas de moda escondem a verdade sobre o preço social e humano que os seus clientes pagam devido à ditadura do mercado. Bulimia e anorexia pertencem à categoria de produtos derivados da indústria da moda no final do século XX. É o mercado que dá às jovens modelos de corpos perfeitamente esguios, quase escanzelados, e promove o culto da juventude ao mesmo tempo que lhes promete êxito pessoal, felicidade, reconhecimento social, carreiras brilhantes, etc. Desta forma, também impõe às raparigas um determinado estilo de vida, em que o sonho mais importante é vestir o tamanho 38. É uma verdade dramaticamente triste que os que sofrem de bulimia e de anorexia são os mais recentes produtos da *haute couture*. Efeitos secundários menos evidentes, mas não menos importantes, da cultura de consumo são os problemas de identidade, falta de auto-aceitação, séria depressão psicológica, um sentimento opressivo de incapacidade, insegurança, medo existencial e impotência. Muitos dramas e tragédias pessoais funcionam como tristes lembretes, muitas vezes escondidos do público, de que o consumo não é apenas diversão e prazer. É muito difícil combater o mercado da moda, porque os seus efeitos negativos são deferidos e por conseguinte parecem não existir. No início, tudo está bem, e os clientes não pensam sobre o seu futuro de forma a não estragar o sucesso temporário e a auto-realização que podem alcançar seguindo as ofertas do mercado. Por uns breves momentos, os seus sonhos realizam-se, e então é geralmente demasiado tarde para evitar que a tragédia aconteça. O anti-anúncio irónico do perfume feminino de Calvin Klein – *Obsession* – apresentando uma rapariga esquelética a vomitar, obcecada com a ideia de ser gorda, revela a verdadeira e perigosa obsessão das raparigas (Figura 7).

Figura 7
Obsession for women



Os *subvertisers* jogaram com as palavras para comunicar a verdade menos agradável e socialmente menos aceitável sobre a nossa realidade.

Muitos outros *subvertisements* também se debruçam sobre problemas de saúde, mas desta vez relacionados com o consumo de *fast food*, tabaco e álcool. Embora todos os anúncios alertem para os seus efeitos nocivos sobre a nossa saúde, a contra-acção promocional do mercado faz com que

as pessoas ignorem essa mensagem. Em regra, as personagens que anunciam cigarros parecem saudáveis, atraentemente misteriosas, sensuais, felizes, fortes, desportivas e auto-confiantes. Também personificam a maior parte, se não a totalidade, dos nossos sonhos sobre a nossa aparência. São belos e cheios de carisma. Os seus corpos são perfeitos e as suas vidas parecem ser uma aventura sem fim. Vendo-os quem quer pensar e ser perturbado com problemas, mesmo que seja um facto bem conhecido que o actor que promoveu a marca Marlboro morreu de cancro? Os anúncios de cigarros mentem às pessoas ou, pelo menos, escondem a verdade que fumar é uma séria ameaça à nossa saúde de forma a não desencorajar potenciais consumidores. O *adbuster* que satiriza o anúncio dos cigarros KOOL (figura 8) constitui uma crítica muito severa aos fumadores. Não são inteligentes, nem têm respeito por si mesmos. Na verdade, são totalmente idiotas porque, mais tarde ou mais cedo, pagarão um preço muito alto por fumar. O *subvertisement* joga com as palavras: mudando uma letra – substituindo o F por K – consegue enviar uma mensagem clara aos que fumam.

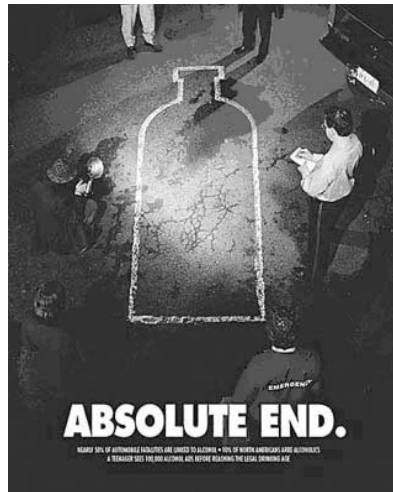
Figura 8
Utter Fool



Todos os anúncios a bebidas alcoólicas enviam mensagens igualmente positivas. Conotam a bebida com diversão, recreio, boa companhia, imagem pública positiva – em termos gerais, as bebidas prometem um notável sucesso enquanto se participa na vida social. Isto é o que pode ser lido nos *outdoors* concebidos pela TBWA para publicitar *Absolut Vodka*, onde a par da imagem da garrafa nos deparamos com os seguintes substantivos descritivos e quantificadores: perfeição, clareza, diversão, atracção, aventura. Os *subvertisements* do mesmo produto de vodka usam uma imagem idêntica, mas a sua parte descritiva é toda negativa: *Absolute Ressaca*, *Absolute AA*, *Absolute Impotência*, *Absolute Beco-sem-saída* (Figura 9). Para reforçar o significado geral, tornando-o ainda mais realista e credível, os mesmos também contêm um texto que cita dados estatísticos assustadores: “Cerca de 50% das fatalidades rodoviárias estão ligadas ao álcool. 10%

dos norte-americanos são alcoólicos. Um adolescente vê 100.000 anúncios a bebidas alcoólicas antes de atingir a idade legal para poder beber."

Figura 9
Absolute End

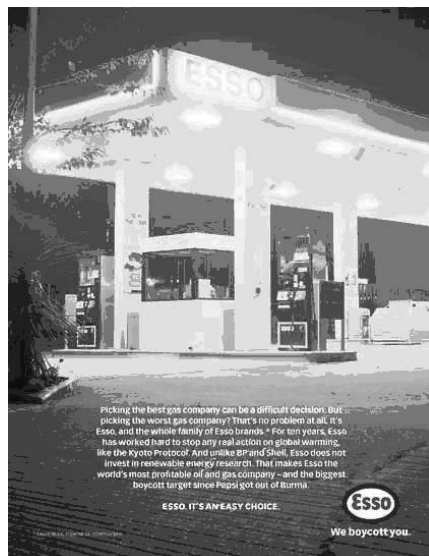


A ecologia é mais outra área importante na mira dos *adbusters*. Qual será o futuro do nosso planeta, de nós próprios, dos nossos filhos se não pusermos termo às nossas actividades destrutivas a que damos o nome muito enganador de “progresso”? Escolhas conscientes, ou seja, escolhas éticas feitas pelos consumidores são a sua arma poderosa para eliminar da vida social as práticas e ideologias que aparentemente tornam a vida mais fácil mas que, na realidade, colocam o nosso planeta em perigo. Poderão alimentos geneticamente modificados realmente alimentar o mundo? Deveremos permitir que sejam construídas autoestradas que atravessam parques nacionais, alegando ser esta a forma de reduzir distâncias? E o que dizer dos ecossistemas que, uma vez destruídos, necessitam de longos anos para se reconstruírem? *Esso, we boycott you* (Figura 10) é apenas um de muitos exemplos de *subvertisement* de base ecológica que chamam a atenção dos potenciais consumidores de gás para as consequências ecológicas das suas escolhas. Devemos sublinhar que, ao contrário da maior parte dos *subverts*, este dá voz a uma exigência muito directa de um determinado tipo de acção concreta. O texto do *subvert* revela a verdade sobre a *Esso* e fornece argumentos lógicos para a boicotar:

Escolher a melhor companhia de gás pode ser uma decisão difícil. Mas escolher a pior companhia de gás? Isso não tem qualquer problema. É Esso e toda a família de marcas Esso. Há dez anos, Esso tem vindo a esforçar-se bastante por travar todas as acções reais sobre o aquecimento global, o Protocolo de Quioto. E ao contrário da BP e da Shell, Esso não investe em pesquisa sobre energia renovável. Isso faz de Esso a empresa petrolífera e de gás mais lucrativa do mundo – e o maior alvo de boicote desde que a Pepsi saiu de Birmânia.¹²

¹² <http://adbusters.org/spoofads/misc/esso/>, 21 de Dezembro de 2006.

Figura 10
Esso, we boycott you



Ao revelar algumas das práticas da *Esso*, o *subvertisement* prejudica a imagem pública positiva da marca e afecta o seu valor de mercado. Trata-se de uma acção subversiva muito eficaz, já que qualquer empresa se esforça muito para criar uma identidade e uma imagem corporativas positivas por forma a ter êxito e suplantar a concorrência com outras empresas do mesmo segmento de mercado.

O *subvertising* já se tornou uma parte da nossa realidade. O facto de as acções de *culture jammers* serem cada vez mais visíveis em velhas democracias e países com uma cultura de consumo bem desenvolvida é facilmente compreensível. Mas como podemos explicar uma crescente aprovação dos movimentos de *subvertising* em países pós-comunistas? Na sua condição de recém-chegados ao mundo “encantado” do consumo, estes são, em regra, muito menos sensíveis ao efeito negativo do consumismo e muito menos críticos dele. Para além disso, a possibilidade de fazer compras, durante muitos anos negada, continua a ser extremamente atractiva aqui. A sua novidade aumenta a sua popularidade e torna-a um passatempo favorito tanto para compradores inveterados e novos ricos que gastam enormes somas de dinheiro em centros comerciais ou *boutiques* de luxo, como para “compradores de montra” que participam de forma passiva em novos rituais sociais. Então, o que torna o *subvertising* um movimento global? Precisaremos mesmo dele, ou deveremos antes considerá-lo mais uma manifestação da diversidade própria da cultura pós-moderna? É apenas mais um acto de rebeldia de jovens que negam sempre os valores da geração dos seus pais, ou deriva de uma necessidade muito mais profunda de defender alguns valores universais e profundamente humanos?

Duvido que possam ser dadas respostas inequívocas às perguntas acima colocadas, mas o que decididamente constitui a força do movimento dos *adbusters* é o seu dedicado compromisso com questões socio-éticas de uma natureza global. O verdadeiro contributo das suas actividades reside

na tentativa de tornar a vida humana mais reflexiva, completa, respeitadora e consciente, solidária e responsável, personificando valores cívicos. A recusa do consumo compulsivo oferece uma oportunidade de ver a realidade sob uma perspectiva menos egoísta, de descobrir o valor da escolha individual como um acto de auto-criação, de reconquista de auto-confiança e auto-aceitação. É igualmente uma tentativa de alcançar a verdadeira liberdade que, conforme acreditava Sartre, não é uma *liberdade de* mas uma *liberdade para*. Em suma, faz parte de um persistente trabalho de definição da nossa identidade no contexto do paradigma “ser”.

A questão é se os *jammers* terão influência suficiente para mudar o estilo de vida promocional e a forma de pensar típicos dos consumidores. Poderão eles alertar as pessoas para os perigos do poder do materialismo, para os falsos prazeres e prémios que oferece? Mais uma vez, não há uma única resposta definitiva; contudo, se aceitarmos a afirmação de Bauman (2003: 146) de que o consumo é uma escolha e não uma situação sem qualquer alternativa, as acções dos *culture jammers* não só parecem sensatas como podem também responder às nossas necessidades subconscientes de reconquistar a nossa humanidade.

Tradução de Isabel Canhoto

Bibliografia

- AAVV (1984) *The New Collins Thesaurus*, HarperCollins, London & Glasgow.
- Badiner, A., (org.) (2004) *Uwa?no?? na targowisku. Globalny rynek i masowa konsumpcja, a ?wiadome ?ycie* (*Mindfulness in the Marketplace: A Compassionate Response to Consumerism*), Jacek Santorski, Warszawa.
- Bauman, Z., (2006) *P?ynna Nowoczesno?? (Liquid Modernity)*, Wydawnictwo Literackie, Kraków.
- Bauman, Z., Tester, K., (2003) *O Po?ytkach W?tpliwo?ci. Rozmowy z Zygmuntem Baumanem*, SiC, Warszawa.
- Berger, W., (2001) *Advertising Today*, Phaidon Press, London..
- Dawkins, R., (1989) *The Selfish Gene*, Oxford University Press, Oxford.
- Delgado, F. C., (2006) “Distorsión en Comunicación: Definición de *Culture jamming*”, disponível em www.campusred.net/forouniversitario/pdfs/comunicaciones/opinion/FlorencioCabello.pdf
- Hendler, A., (1999) “Pogromcy Reklam”, in *Businessman Magazine*:10, Business Press, Warszawa.
- Home, S., (1998) *The Assault on Culture. Utopian Currents from Lettrisme to Class War*, Aporia Press and Unpopular Books, London.
- Jaw?owska, A., (1975) *Drogi Kontrkultury (The Ways of Counterculture)*, Pa?stwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- Klein, N., (2004) *No Logo*, ?wiat Literacki, Warszawa.
- Lasn, K., (1999) *Culture Jammers” Manifesto. Culture Jam. How to Reverse America’s Suicidal Consumer Binge – and Why We Must*, Quill, New York.
- Pickrel, W., Jorgensen, H., Bennett, L., (2006) “Culture Jams and Meme Warfare: Kalle Lasn, *Adbusters*, and Media Activism Tactics in Global Activism for the 21st Century”, disponível em <http://209.85.129.104/search?q=cache:Ddzod91UR0wJ:depts.washington.edu/gcp/pdf/culturejamsandmemewarfare.pdf+Meta+carta+metameme&hl=pl&gl=pl&ct=clnk&cd>
- Ritzer, G., (1999) *Enchanting a Disenchanted World. Revolutionizing the Means of Consumption*, Seven Oaks, California.
- Sowa, J., (2003) *Sezon w Teatrze Lalek i Inne Eseje (A Season in the Puppet Theatre and Other Essays)*, Krakowska Alternatywa, Kraków.
- Szwabowski, R., (2006) “\$•The Sixteenth Annual Virginia Film Festival, disponível em <http://www.the-declaration.com/index.php?issuedate=2003-10-23&showarticle=694>
- Westcott, J., (2003) “Shop Till You Stop. Inside the Rev. Billy Talens” Church of Stop Shopping”, in *Colorado Springs Independent*, December 25-31, disponível em <http://csindy.com/csindy/2003-12-25/cover.html>

Páginas Web:

www.campusred.net/forouniversitario/pdfs/communi33n/33n/FlorencioCabello.pdf, 30 de Janeiro de 2006
<http://depts.washington.edu/ccce/polcommcampaigns/CultureJamming.htm>, 23 de Novembro de 2006
<http://www.the-declaration.com/index.php?issuedate=2003-10-23&showarticle=694>, 24 de Novembro de 2006
<http://csindy.com/csindy/2003-12-25/cover.html>, 23 de Novembro de 2006
<http://en.wikipedia.org/wiki/Image:Subvertise.png>, 15 de Novembro de 2006
<http://www.cleanclothes.org/companies/nike01-02-16.htm>, 15 de Novembro de 2006
<http://209.85.129.104/search?q=cache:Ddzod91UR0wJ:depts.washington.edu/gcp/pdf/culturejamsandmemewarfare.pdf+Meta+carta+metameme&hl=pl&gl=pl&ct=clnk&cd=2>, 25 de Novembro de 2006
<http://www.cleanclothes.org/companies/nike01-02-16.htm>, 26 de Novembro de 2006
http://katalog.czasopism.pl/pismo.php?id_pisma=769, 21 de Dezembro de 2006
<http://www.beyonDTV.org/nato/dec/sasbuy.jpg>, 21 de Dezembro de 2006
<http://adbusters.org/spoofads/tobacco/fool/>, 21 de Dezembro de 2006
<http://adbusters.org/spoofads/alcohol/absolutend/>, 21 de Dezembro de 2006
<http://www.nassio.com/sven/>, 2 de Janeiro de 2007

ACTO DE FILMAR: VARIAÇÕES

Introdução

Tem-se assistido nos últimos anos a um ressurgimento do documentário cinematográfico. Documentários são seleccionados para as secções competitivas principais dos mais importantes certames mundiais, donde normalmente estavam excluídos. Além disso, os documentários cinematográficos têm vindo a surgir com frequência inusual nas salas de cinema, com resultados apreciáveis. Veja-se, no que concerne ao cinema português, os casos recentes de «Diários da Bósnia», de «Lisboetas» e de «Movimentos Perpétuos». E saliente-se o caso particular de um autor como Pedro Costa, também seleccionado para a competição oficial deste ano (2006) em Cannes, e que tem construído os seus últimos filmes no limiar e na permuta entre ficção e documentário.

Tradicionalmente, considera-se que o documentário visa devolver qualquer coisa do mundo diferentemente do modo como a ficção o pode fazer, filmando um real que preexiste. Estabelece-se uma espécie de contrato com o espectador – supõe-se que este não veja (e não ouça) da mesma maneira um filme que lhe é proposto como sendo um documentário e um filme que assim não se apresenta. No entanto, aquilo que podemos designar como as condições de base do cinema levam a que (para o melhor e para o pior) esse mesmo real se submeta inevitavelmente ao filme. O terreno do documentário cinematográfico é extremamente importante para o nosso problema precisamente por causa desta tensão real/filme – nos casos mais férteis (vj. o trabalho de Pedro Costa), tratam-se de filmes que questionam, pela sua existência, o próprio cinema e o acto de filmar.

Edmundo Cordeiro

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

José Gomes Pinto

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Domingo Hernández Sánchez

Universidad de Salamanca

Amândio Coroadó

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Questões: porquê essa requisição para que não se veja da mesma maneira? Trata-se de uma questão tanto mais importante quanto o ressurgimento do documentário não será alheio quer à virtualização da ficção, quer à mediatização – virtualização – dos acontecimentos do mundo. E quais são exactamente as condições de base do filme? As respostas terão de ser, na nossa hipótese, trabalhadas de duas maneiras articuladas:

1. Chegando a uma determinação (ainda que aberta) do acto de filmar, a qual compreenda tanto os efeitos da palavra na imagem, quanto o provável discurso mudo desta. Com isto pretendemos compreender se se pode pensar (no que ao cinema diz respeito) uma forma de ficção e uma forma documental exteriores ao acto de filmar, ou se o acto de filmar é independente daquelas formas. Neste caso, interessa saber que tipo de relações é que mantém com elas. Estas formas (a questionar) envolvem uma matéria visual e uma matéria sonora linguisticamente articulada, audio-visual, e é nessa base que têm de ser pensadas.
2. Desenvolvendo correlativamente um trabalho de investigação estética que dê conta da presença em cinema, por intermédio de uma atenção particular ao rosto (grande plano). Porquê o rosto na relação entre palavra e imagem? Na medida em que o rosto funciona como uma grande plataforma de percepção: é um grande veículo de expressão e recepção, e, num sentido, uma espécie de grau zero (no sentido barthesiano) da palavra. Por conseguinte, o rosto é o lugar humano excelente da confluência, ou da coincidência entre o que se vê e o que se mostra, entre o que se ouve e o que se diz, entre o que se diz e o que se mostra, entre o que se vê e o que se ouve. O rosto exprime não apenas um interior, mas um interior até certo ponto resultante da recepção (dos efeitos) a um exterior. Tanto este interior quanto este exterior cabem dentro da noção cinematográfica de fora-de-campo. Isto permitir-nos-á pensar uma questão que cremos correlativa à do acto de filmar, precisamente a questão do fora-de-campo.

Pretendemos realizar neste trabalho de investigação algumas experiências estéticas (filmes) que incidirão nas relações entre palavra (dita/ouvida) e imagem. Parte do trabalho de investigação consiste em chegar com toda a precisão aos guiões para estes filmes. Estas experiências (filmes) serão por fim objecto de análise colectiva por parte da equipa de investigação e de investigadores externos em seminário a organizar.

Os filmes serão concebidos a partir do seguinte programa:

1. Filmar dizendo o que se filma. Resultado: o espectador vê uma imagem (com determinado conteúdo) e ouve a descrição daquilo que está a ver, descrição essa realizada simultaneamente no momento da filmagem por quem efectuou essa mesma filmagem. (6 filmes de três minutos)
2. Filmar o rosto que vê sem que se filme o que o rosto vê. (O rosto vê coisas distintas: uma igreja, o mar, outro rosto que se lhe dirige, etc...) Resultado: o espectador vê um rosto que vê e ao mesmo tempo ouve a descrição do objecto que é comum à visão e à descrição; ou vê um rosto que ouve aquilo que lhe é dito, vendo; ou vê um rosto que ouve aquilo que lhe é dito, não vendo; ou vê um rosto sem nenhuma relação visual ou sonora (físicas) com o que é ouvido. (6 filmes de três minutos)

Desenvolvimento

Acto de filmar e fora-de-campo

Em “Nana” ou os dois espaços» (Burch, 1973) Noël Burch aborda a «dimensão estrutural» do fora-de-campo no cinema, sobretudo a partir deste filme de Jean Renoir, de 1926. O fora-de-campo está inevitavelmente presente em qualquer filme, mas nesse filme determina pela primeira vez toda a composição – como se o cinema se estivesse a descobrir a si mesmo. Quer dizer que a composição cinematográfica trabalha de uma maneira própria com algo mais do que a reprodução de uma determinada cena que é enquadrada pela câmara. No caso, trabalha com um jogo permanente entre dois espaços: o espaço do campo e o espaço do fora-de-campo. Precisamente, o enquadramento, entre outros efeitos, determina um fora-de-campo.

Numa primeira aproximação, o fora-de-campo é um conjunto mais vasto que prolonga o enquadramento, um espaço contínuo homogéneo ao do ecrã ou àquele que é visto no ecrã. Mas o fora-de-campo abre igualmente para outra dimensão que não aquela que está espacialmente ao lado, dá testemunho de uma presença inquietante, não fisicamente presente, mas insistente na imagem. Quer de um ponto de vista, quer de outro, o fora-de-campo tem uma presença própria, não é simplesmente um espaço de rejeição ou um espaço rejeitado, está para além do que se quer ou pode mostrar, ou do que não se quer ou não se pode mostrar (Deleuze, 1983).

Acto de filmar e percepção

A imagem cinematográfica não é apenas visível, ela é legível. Quer dizer que a olhamos de maneira diferente do que quando olhamos no quotidiano para outras coisas. E diga-se desde já que este é um dos aspectos que, quanto a nós, legitimam a composição (a composição da imagem), mais, que faz com que a composição se torne necessária. Na mesma obra referida atrás, Burch chama a atenção para a diferença entre olhar e ver – no fundo, para a diferença entre a maneira de ver do nosso olho e a maneira de ver do «olho» da máquina. Que diferença é essa? Dizemos: nós olhamos subjectivamente e a máquina olha objectivamente. O que é que isto quer dizer? Subjectivamente: quer dizer que escolhemos, quer dizer que a capacidade do nosso sentido é sobredeterminada por uma intencionalidade, por um poder que é de outra ordem distinta do ver puro e simples. Objectivamente: quer dizer que a máquina apenas «vê», quer dizer, em certo sentido, que a máquina «vê» mais. Mas por que é que a máquina «vê» mais? «Vê» mais porque vê tudo indiferenciadamente. Mas atenção! Podemos dizer também, com verosimilhança, que a máquina não «vê» nada exactamente por ver tudo indiferenciadamente: ou seja, ela «vê» mais porque não «vê» nada... O que é interessante aqui, para nós, é que, diante da imagem no ecrã, a nossa visão começa a libertar-se do nosso *espírito* e acede a uma espécie de visão automática que se aproximará da «visão» da câmara. Quer dizer que deixa de «olhar» e passa a «ver», a exercer funções que remetem para uma operatividade maquínica (técnica). É por isso que, como diz Burch, «tudo o que é projectado no ecrã tem, intrinsecamente, uma “presença” e uma “realidade” rigorosamente igual». (Burch, 1973: 46)

Que espécie de percepção é inerente à imagem cinematográfica? A imagem cinematográfica está sempre relacionada àquilo a que poderemos chamar um centro de indeterminação: isto é, ao

«olho da câmara», à «consciência-câmara» (Deleuze, 1983). Daí que o cinema não tenha por modelo a percepção natural subjectiva (que depende de um centro de percepção): a mobilidade dos diversos pontos de variação na imagem, a variação dos seus enquadramentos, a própria mobilidade transcendental da montagem, tende para uma percepção sem centro, uma outra percepção (percepção cinematográfica).

Ora, a imagem cinematográfica relacionada ao centro de indeterminação, mas também àquilo que o enquadramento contém e aos movimentos que compreende, é, na terminologia de Gilles Deleuze: ou percepção de percepção (imagem-percepção), ou percepção de acção (imagem-acção), ou percepção de afecção (imagem-afecção). Imagem-percepção «objectiva» quando não está atribuída a nenhum centro (excepto a câmara), imagem-percepção «subjectiva» quando, para além da câmara, está atribuída a um centro que percepção ou vê (a um dos elementos da imagem). Imagem-acção quando está relacionada a um centro que age e reage. Imagem-afecção quando os elementos da imagem não percebem somente o exterior, nem estão somente a agir (ou a perceber/agir), mas, antes, a sentir, tornando-se a imagem numa pura expressão de afectos.

Mas, para além disto, o que devemos acentuar é que a percepção cinematográfica não é nunca a das personagens (seres ou coisas vistos pela câmara, seres ou coisas na imagem, e que são sujeitos de percepção relativamente autónomos), nem é também só a da câmara (na medida em que os seres percebidos pela câmara são também seres que percebem) e, por maioria de razão, também não é só a nossa (dos espectadores) percepção. É, sim, uma correlação disto tudo, uma reflexão destas coisas todas umas nas outras (elementos da imagem que percebem, câmara que percepção, espectadores), um desdobramento constante disto tudo. Onde, efectivamente, a percepção cinematográfica nunca é, nem «objectiva» nem «subjectiva». É uma espécie de visão autónoma.

Acto de filmar e sentido

Se a imagem fala por si própria, dir-se-ia que não é por muito tempo, tal como diz Jean-Luc Godard. Consideremos a ideia de leitura (do texto e da imagem) enquanto acto físico e enquanto doação de sentido. Com um texto, quando o lemos, a função normal do olho altera-se: não interessa que o olho *veja*, ou melhor, o olho só vê para *ler*. No caso das imagens parece passar-se o contrário: ver prevalece relativamente a ler. (Consideramos *ler* enquanto um acto físico do olho, prévio ao ler enquanto «dar sentido».) O que é que se passa quando começamos a *ler uma imagem*? O que é que se passa quando lemos a imagem não só enquanto acto físico, mas também enquanto doação de sentido? Deixamos, em certo sentido, de ver. Hipótese: vemos de outra maneira. Como? Podemos: a) ver de uma maneira mais condicionada, isto é, em certo sentido, não ver; e b) podemos ver mais ainda do que ver sem essa nova função do olho sobre a imagem a que chamamos «ler a imagem».

Isto aponta para o seguinte: que «dar sentido» (ler) na imagem não será nada igual a «dar sentido» (ler) no texto. Não é o mesmo «dar sentido», não é a mesma leitura. No sentido de um ver/ler muito condicionado (uma questão de sensibilidade, de cultura, de preconceito, etc.), parece que «dar sentido» no texto é o mesmo que «dar sentido» na imagem (um certo nível de literalidade, onde o signos são praticamente coincidentes com os objectos, uma semiótica, por conseguinte, muito particular). Mas no outro sentido, em que ler equivale a «ver mais», aí cremos que não.

Acto de filmar: criação artística e relação com o que se filma

A «potência do falso» é um conceito que estimamos muito interessante para interrogar a validade e o alcance dos conceitos de ficção e documentário e, simultaneamente, para pensar o acto de filmar enquanto acto de criação artística. Trata-se de um conceito extraído por Deleuze do pensamento de Nietzsche. Ela não significa nenhuma valorização da falsidade ou do erro, visando antes caracterizar uma relação directa da verdade à forma do tempo, isto é, à passagem, à transformação, à variação. «Potência do falso» diz-se da potência de tudo aquilo que não se submete à forma do verdadeiro enquanto imutável e exterior ao existente. Seja nas relações entre as imagens, seja nas relações entre tempos, trata-se da potência *do* tempo: potência que põe tudo em variação e que, por isso, permite a criação, ou melhor, trata-se da potência estética de produção.

Com o tempo, esse grande escultor, esse grande falsificador, todos os movimentos se tornam possíveis, perdendo os movimentos racionais, por isso, o privilégio: a imagem cinematográfica vai mais além de uma relação linear ao real e ao verdadeiro. Com o «regime cristalino da imagem» a descrição que a câmara e as relações de imagens operam torna-se equivalente ao objecto e, mais, substitui o objecto, podendo mesmo dizer-se que o cria (Deleuze, 1985: 165). O real, separado dos encadeamentos motores e das suas «conexões legais», torna-se indiscernível do imaginário. A narração deixa de ser verídica, isto é, deixa de «pretender ao verdadeiro mesmo na ficção». Consequentemente, desenvolve-se uma potência de invenção, a potência do falso, que se sobrepõe à forma do verdadeiro: «o que o artista é, é *criador de verdade*, pois a verdade não tem de ser alcançada, encontrada ou reproduzida, tem de ser criada. Não há outra verdade senão a da criação do Novo» (*idem*: 191).

Neste aspecto, o trabalho de Pedro Costa, filmando ou pretendendo filmar na base de uma «relação» (de longa duração), chegando a uma espécie de acordo como aquilo que filma, procurando, como escreve Thierry Lounas, «arranjar maneira de a relação de forças com aquilo que se filma não jogar unicamente a nosso favor», logra uma modo inédito de o cinema tocar tudo aquilo que lhe é exterior, de «exprimir com o cinema o que não lhe pertence exclusivamente». (Lounas, 2004: 122)

Bibliografia

- Burch, N., (1973) *Praxis do Cinema* (1969), trad. Nuno Júdice, Editorial Estampa, Lisboa.
- Bizern, C., (org.) (2002) *Cinéma Documentaire. Manières de Faire, Formes de Pensée*, Addoc/Yellow Now.
- Carroll, N., (2003) *Engaging the Moving Image*, Yale University Press.
- Cordeiro, E., (2004) *Actos de Cinema*, Angelus Novus, Coimbra.
- Deleuze, G., (1983) *L'Image-Mouvement*, Éditions de Minuit, Paris.
- Deleuze, G., (1985) *L'Image-Temps*, Éditions de Minuit, Paris.
- Grodal, T., (1997) *Moving Pictures: A New Theory of Genres, Feelings and Cognition*, Clarendon Press, Oxford.
- Lounas, T., (2004) "Notas sobre *Onde Jaz o Teu Sorriso?*", *Onde Jaz o Teu Sorriso?*, Assírio & Alvim, Lisboa.

ENCENANDO O PROCESSO DE PAZ NO TEATRO CONTEMPORÂNEO DA IRLANDA DO NORTE: A OBRA AH6905 DE DAVE DUGGAN¹

Para além do processo político que procura pôr fim ao conflito civil entre Nacionalistas e Unionistas, o percurso de paz na Irlanda do Norte é igualmente um processo de negociação entre identidades transculturais. Organizações artísticas governamentais, bem como artes comunitárias, artistas e intelectuais atribuíram considerável significado aos benefícios da cultura visual e das artes para as comunidades divididas da Irlanda do Norte. Há muitas actividades artísticas com bastante apoio e financiamento a serem implementadas nas comunidades da Irlanda do Norte. Existe uma longa tradição de dramaturgos e profissionais do teatro a envolverem-se de forma imaginativa com o conflito, e a explorar as possibilidades de uma comunidade integradora.

I see no point in writing a "plea" for unity between prods and taigs. What use has piety been? I can only see a point in actually embodying that unity, practising that inclusiveness, in an artistic image; creating it as an act of the imagination, postulating it before an audience.
(Stewart Parker, in Rea, 1989: xi)

Stewart Parker coloca o dramaturgo na arena pública: ele (ou ela) está "envolvido", ou seja, é intencional no contexto da dinâmica histórica, mas os meios de envolvimento são específicos; é por "um acto de imaginação" perante um público que uma visão de alterna-

¹ A autora agradece ao "Irish Research Council for the Humanities and Social Sciences" o financiamento para o projecto de investigação em curso em torno desta temática.

tivas pode ser postulada, que o ideal de um futuro possível, ou futuros possíveis, é corporizado. O palco funciona como um espaço utópico, em que é ensaiada a visão política de inclusividade. Este entendimento do papel do dramaturgo na história, da imaginação na sociedade, é partilhada, com variantes, por um amplo leque de dramaturgos norte-irlandeses. Examino as escolhas dramatúrgicas e práticas teatrais que correspondem àquele entendimento, mais precisamente, debruço-me sobre a encenação no teatro contemporâneo da visão de uma futura comunidade integradora na Irlanda do Norte. No seu ensaio “Performance, Community and Culture”, Baz Kershaw sublinha a importância do impacto colectivo de uma representação num enquadramento ideológico.

For if a whole audience, or even a whole community, responds in this way to the symbolism of a “possible world”, then the potential of performance efficacy is multiplied by more than the audience number. To the extent that the audience is part of a community, then the networks of the community will change, however infinitesimally, in response to changes in the audience members. Thus the ideology of communities, and so their place in culture may begin to have a bearing on the wider socio-political make-up of a nation or even a continent.
(Kershaw , 2000: 139)

A participação num workshop de teatro sobre questões de paz em Coleraine levou à inclusão do trabalho da Sole Purpose Theatre Productions de Derry na área de mediação e reconciliação na comunidade da Irlanda do Norte: “*Sole Purpose Productions was formed in 1997 by co-artistic directors Dave Duggan and Patricia Byrne to illuminate social and public issues by bringing the discourse of theatrical imagination to bear on them.*” (Duggan, 2005: 3) A companhia faz frequentes tournées dos seus espectáculos com workshops de teatro interactivo em instalações teatrais e não-teatrais por toda a Irlanda do Norte, e em Nova Iorque, Dublin, Liverpool e no Edinburgh Fringe. As representações em centros comunitários envolvem um segundo “acto interactivo”, no qual os espectadores têm a oportunidade de re-encenar a peça que foi previamente representada pelos actores de acordo com as suas próprias perspectivas relativamente às questões apresentadas na peça. Em discussões de grupo, concebem novas deixas e acções para as personagens em palco, as quais são implementadas pelos actores. Embora este envolvimento do público seja de alguma forma remanescente do Teatro de Arena e do Teatro Legislativo na Comunidade de Augusto Boal, Dave Duggan é peremptório ao afirmar que a *Sole Purpose Productions* não trabalha na tradição de Boal. É uma companhia de teatro profissional, que deixa bem claro que apenas ela detém a autoria das suas próprias peças. Embora o acto interactivo convide os espectadores a re-encenar a peça acabada que já lhes foi apresentada, estes não estão a envolver-se num processo de concepção comunitário para criar novas obras, como no drama comunitário. As peças representadas e publicadas são sempre as mesmas, escritas por Dave Duggan ou Patricia Byrne.

David Duggan e a *Sole Purpose Productions* trabalham conscientemente com a “amplificação da imaginação teatral para a política do processo de paz” (Duggan, 2005: 5) na tradição do espaço utópico criado no drama de escritores como Stewart Parker e Anne Devlin. Contudo, embora estes últimos limitem as opções dramatúrgicas empregues nas suas peças meramente à transcendência do realismo, e se esquivem a métodos didácticos, as peças de Duggan rejeitam o realismo a favor de um teatro didáctico e expressionista mais brechtiano.

A peça *AH6905* põe a nu a questão da recuperação da verdade no Processo de Paz da Irlanda do Norte através da estrutura dramatúrgica de um monólogo. No preâmbulo de *AH6905*, Duggan

introduz a expressão Recuperação da Verdade como esta foi formalmente lançada pela Comissão da Irlanda do Norte da Casa dos Comuns em 2004: *"A period of time was given, dealing with the past was linked to reconciliation and a process of citizens giving their views to a parliamentary committee was instituted."* (Duggan, 2005: 4). *AH6905* foi encenada por Dave Duggan e produzida pela *Sole Purpose Productions* no Playhouse em Derry, e percorreu teatros e centros comunitários da Irlanda do Norte durante algumas semanas em Outubro de 2005. A *Sole Purpose Productions* traz literalmente o seu teatro às pessoas a quem pretende dirigir-se, e a entrada em todos os espaços de representação utilizados era gratuita, tanto em teatros como em centros comunitários e pubs em áreas como Falls Road, e a Shankhill Road, em Belfast. Em Setembro de 2006, a produção foi de novo apresentada como uma produção de local específico no hospital dentário de Dublin, como parte do Fringe Festival.

A peça passa-se à hora de visita numa ala de hospital em que a única personagem, Danny, espera uma operação para que lhe extirpem a verdade, como a um tumor maligno. O público assume o papel das suas visitas. Na produção de *AH6905*, a quarta parede é totalmente eliminada para directamente se dirigir ao público e o envolver no monólogo. São concebidos muitos elementos cómicos para aquecer um público potencialmente desconfortável com o tema, em virtude da seu próprio envolvimento pessoal nos *Troubles*. Na produção original, a peça passava-se num palco nu, com três cadeiras desordenadas apenas, e Danny surge em pijama e roupão, cabeceando numa das cadeiras, numa enfermaria de hospital na hora das visitas. Na produção do Fringe Festival de 2006, o público estava sentado numa sala de espera verdadeira do Hospital Dentário, de frente para Danny, que surge como se viesse da sua enfermaria, para o saudar. Em ambas as produções, Danny dirige-se directamente ao público como se falasse com os seus visitantes, incorporando-o assim na metáfora do palco. Os espectadores são encorajados a solidarizarem-se com a figura de Danny, que simboliza a conturbada sociedade norte-irlandesa em geral, bem como os indivíduos que se debatem com o processo de paz e a recuperação da verdade. O monólogo de Danny está estruturado como um diálogo, no qual o texto das outras personagens, os visitantes do hospital, significativamente interpretados pelo público, é omitido. Danny simula concordar ou discordar com as presumíveis opiniões dos espectadores com quem fala, e trata do problema principal da recuperação da verdade desta forma, o problema da dificuldade em concordar sobre a natureza do passado, para as pessoas da Irlanda do Norte. Ao longo da peça, a temática séria é deliberadamente aligeirada pela introdução de piadas no contexto de Danny se encontrar no hospital, e dos espectadores representarem os seus visitantes. Isto torna mais fácil para o público solidarizar-se com Danny e com a sua causa: *"Did none of you even think to smuggle me in a drink?"* (Duggan, 2005: 27)

Danny relembra como lhe deram o número AH6905 para identificar a sua recuperação pessoal da verdade como parte de uma estatística nacional. Por toda a peça, o *Gestus* de alienação brechtiano intitulado "tema de Danny" recorre: o actor que interpreta Danny contorce o corpo com dores quando se ouve um perturbante som de um motivo de jazz de 12 tons do compositor Roy Mitchell. Este *Gestus*, símbolo das traumáticas recordações que Danny tem do conflito, é um momento cruel para o espectador, sugerindo as técnicas do teatro da crueldade de Artaud.

I use the word "cruelty" in the sense of hungering after life, cosmic strictness, relentless necessity, in the Gnostic sense of a living vortex engulfing darkness, in the sense of the inescapable necessary pain without which life could not continue.(Artaud, 1974: 78)

Artaud prescreveu novas técnicas para o teatro, de forma a criar uma expressão teatral do espírito humano atormentado por meio de uma intransigente fisicalidade no palco. A técnica de representação usada por Darren Green em *AH6905* é remanescente do método de representação de Grotowski, como praticado, por exemplo, também pela *Dublin Loose Canon Theatre Company*. Sempre que Darren Green repete um poema ou uma canção na peça, assume a personalidade dos fantasmas que possuem Danny neste estilo físico de representação. A popular canção de Derry “Oh Danny Boy” dramatiza a maldição dos mortos que jazem no solo, e é alterada desta forma para promover a necessidade de estes mortos se erguerem e exigirem justiça, a fim de que os vivos possam finalmente fazer em paz. Este simbolismo carregado de implicações, remanescente do estilo de Yeats, cria um profundo impacto na sua combinação das palavras significativas, também referindo o papel dos gaitas de foles na Irlanda do Norte, e a evocadora melodia tradicional: “*Danny boy, the pipes, the pipes ... ‘tis you, ‘tis you must rise, rise I say and take me to where I can find rest and ease.*” (Duggan, 2005: 24) Na produção teatral, Darren Greer canta a canção com um sentido de hesitação e dor na voz que é muito eficaz em termos do seu impacto emocional nos espectadores. Com outra referência a *Danny Boy*, uma forte metáfora visualiza a verdade das vítimas de violência protestando as injustiças cometidas contra eles.

Great hordes of the dead and injured marching from glen to glen and down the mountainside, blood dripping from them, their wounds gaping wide, great mouths screaming the wrong done to them [...] begging me to find the who and why. (Duggan, 2005: 14)

Como outro motivo recorrente acompanhado pelo tema musical e Danny a contorcer o corpo em agonia por toda a peça, Danny é assombrado por vozes que representam os fantasmas do passado sempre que tenta fugir ao passado e reprimir a verdade. Recita um poderoso poema que se repete ao longo da peça, com um forte impacto emocional no espectador.

*The dead abound, the dead abound,
How do we keep them in the ground?
The past remains, the past remains,
How do we satisfy its claims?
The truth cries out, the truth cries out
How do we still that urgent shout?* (Duggan, 2005: 12)

Ao longo da obra, a perspectiva, tanto dos grupos paramilitares envolvidos na violência, como do exército britânico envolvido em tiroteios como os de *Bloody Sunday*, são representados por Danny, ao assumir as suas *personas* num efeito de alienação. Danny questiona a ideologia de que as pessoas envolvidas na mortandade de ambos os lados eram “soldados”, meramente a cumprir o seu dever pela pátria na luta por uma causa justa: “*I do want the wrongdoers brought to book [...]. Called to account.*” (Duggan, 2005: 24) Danny descreve as memórias da carnificina dos bombardeamentos durante o conflito com que os quais os elementos do público se debatem. Lista todos os mortos como vítimas iguais e afirma a necessidade de os recordar devidamente de forma a transcender o estado presente de drama não resolvido. Como motivo recorrente ao longo da peça, descreve os efeitos de 30 anos de *Troubles* em termos muito físicos, como se falasse de um

problema médico: *"all that stuff is lodged between my ribs, behind my liver, and across my kidneys, whole episodes of slaughter, mayhem, and callousness are scattered among my vital organs, shootings, bombings, maiming all through me. Over thirty years of it."* (Duggan, 2005: 11-12)

O trauma dos conflitos na Irlanda do Norte é dramatizado como um tumor que tem de ser eliminado através de uma operação, a qual simboliza o processo de recuperação da verdade: *"They said – Daniel, it's got to come out. You've had it for the past thirty odd years. We've got to cut it out. Truth recovery they call it."* (Duggan, 2005: 11) Danny usa metáforas médicas para descrever como a verdade é "extirpada" dele com sangue por todo o lado. Ao estilo da poesia e do drama expressionistas, Danny pergunta se a recuperação da verdade alguma vez o curará, referindo-se aos seus próprios processos através da metáfora dos processos dos órgãos internos.

If I open my innards to this truth recovery and let the world listen to the thrum of blood in my heart, the gush of bile in my spleen, the susurrations of air in my lungs, the drip, drip, drip of urine in my kidneys, the clatter of corpuscles and platelets in my arteries, when I sound them all from deep inside where the dead reside, will I be healed? (Duggan, 2005: 18)

Danny usa termos médicos para afirmar o perigo de semi-recordar o passado, o resultado do qual seria deixar muitos dos seus elementos por tratar. *"Blood toughens and builds itself into a plug. [...] A dull thumb rises to the steady hum of something not properly addressed."* (Duggan, 2005: 26). A importância de uma audição imparcial para as pessoas durante um processo de recuperação da verdade é dramatizada de uma forma médica, como que sublinhando a importância da escolha de um médico para uma operação.

Danny personifica os medos da audiência, polarizados em torno de uma vulnerabilidade tornada visível através quer da exposição de memórias e experiências pessoais, quer da afirmação de um estatuto de vítima, ou perpetrador, ou ambos.

I've told the story, so I feel different. But do I feel better? I know I feel vulnerable. Because now so many more people know the details of the past within me. So many more people know me as a victim. (Duggan, 2005: 26)

Danny aponta a necessidade de fazer mais do que simplesmente contar histórias, e critica abertamente o "painel" por querer toda a questão terminada e arrumada. Com a repetição do "batimento" musical, adverte do potencial de uma recuperação da verdade que não é feita devidamente para causar mais trinta anos de guerra civil.

O monólogo de Danny atinge o seu clímax quando corporiza a responsabilidade de todas as pessoas envolvidas na violência dos *Troubles* e literalmente admite a sua culpa por eles: *"I shot, I bombed, I raided, I shredded, I disappeared, I planned, I colluded, I orchestrated, I planted, I targeted, I informed and I ordered it."* (Duggan, 2005: 19) Danny refere o que os espectadores mais poderiam temer em relação a um processo oficial de recuperação da verdade: perseguições. Mas encoraja-os a enfrentar a necessidade de pedir desculpas por forma a "assegurar que o mesmo não volte a acontecer". De modo a retratar a necessidade da admissão de culpa por parte dos envolvidos no processo de recuperação da verdade, Duggan usa uma imagem dos dias de escola da maior parte dos indivíduos: pede ao público que faça o gesto de se levantar com uma mão no ar e dizer: *"excuse*

me, but I did it. and I'm sorry. [...] Be specific. I did it and I was wrong. [...] Spell it out." (Duggan, 2005: 21) Danny defende que uma admissão de culpa e responsabilidade limpariam a tensão e ajudariam a sarar o trauma da comunidade. Mas esta pressão didáctica é deliberadamente aliviada através de uma identificação dos espectadores com a personagem Danny, que contradiz as suas exigências com o seu próprio medo pessoal do processo de recuperação da verdade. *"That's what they want me to do tomorrow. Spell it out. Spill it out. (beat) No way."* (Duggan, 2005: 22)

Por toda a peça, Danny alterna continuamente entre motivar os espectadores para a recuperação da verdade e argumentar contra ela, exprimindo os seus receios. Este mecanismo dramático de uma personagem esquizofrénica em palco é deliberadamente utilizado para minar a mensagem didáctica da peça, e para evitar a impressão de que se está a dizer ao público o que deve pensar: *"I'm not going through with it, I said. [...] You can't force me. I told them. I'm telling you."* (Duggan, 2005: 12) Embora questões sérias sejam aligeiradas por piadas que envolvem os espectadores, a personagem Danny tem a função de analisar todas as opiniões potenciais do público relativamente à recuperação da verdade como se as partilhasse. Por exemplo, Danny adverte dos possíveis perigos envolvidos na recuperação da verdade: *"You'll only waken the lions of hate and arrogance who lurk there and you'll give them the light they need to flourish and ravage once more. And this time they'll ravage our children."* (Duggan, 2005: 22) Esta é, na verdade, uma questão importante e um argumento muito válido contra a recuperação da verdade. Daniel usa a metáfora bíblica de "Daniel no covil do leão" para descrever o seu doloroso reconhecimento do passado. Confronta directamente a questão de uma forma algo jocosa, imitando fisicamente o leão em palco e anunciando ao público: *"Well, here we are. You. Me. The Lion. Arrrgh. (Roars and laughs)."* (Duggan, 2005: 11) Danny dá a entender o medo geral dos perigos da recuperação da verdade e afirma a necessidade de mais segurança e clareza antes que uma diligência tão delicada possa ser realizada: *"Everyone has a right to life, liberty and security. If I thought everything was sorted and secure I'd be a lot happier about this truth recovery."* (Duggan, 2005: 12) O padrão dramático contínuo de contradizer um esforço de motivação a favor da recuperação da verdade com uma reacção de Danny, tentando escapar às exigências dos mortos, ocorre sempre com uma repetição do poema *"the dead abound"*, e o motivo de um espasmo físico de dor com o tema musical.

Danny lança-se finalmente no argumento mais forte e emocionalmente mais poderoso a favor da recuperação da verdade: conclui que tentar esquecer o passado e suprimi-lo criaria muitos mais riscos para o futuro das comunidades. As crianças terão de sofrer com a emergência do leão metafórico no futuro, se este não for conquistado agora. Danny representa fisicamente a violência de um leão a provocar destruição. Este discurso é muitíssimo convincente, dado que revela aos espectadores a imensa responsabilidade que têm para com os seus filhos. Tem sido provado em outros lugares da Europa, e, na verdade, mesmo do mundo, que uma recuperação correcta da verdade após conflitos e crimes de guerra é essencial para a construção de um futuro sólido. As pessoas têm de recordar correctamente o que aconteceu de modo a aprenderem com a experiência.

The lion is awake and he's dripping wrongs and memories and he's yowling for vengeance and he's picking up the children in mouthfuls and tossing them this way and that, so that they turn one upon another in their panic and begin to maul and wreck and trample, hurt and beat each other and once more, they become the lion, and it's as if we, you, and me, never lived at all. Never hoped that our lives could be better. Never said to ourselves, let's get things sorted. Once and for all. (Duggan, 2005: 28)

De forma psicologicamente habilidosa, Danny é dramatizado como um símbolo e modelo para onde os indivíduos reais, ou seja o público, são encorajados a dirigir-se. Com o intuito de atingir os membros do público directamente, evitando que cada um se esconda na colectividade à qual se está a dirigir, Danny selecciona indivíduos, confrontando-os com as suas próprias memórias e o papel, seja ele qual for, que desempenharam no passado: *"Yes, you.* (aponta o dedo a membros da audiência) *Does your heart ache with the truth of the past? Do your joints creak at the pain of memories?"* (Duggan, 2005: 22) Estes são encorajados a juntar-se ao processo de recuperação da verdade em conjunto, em vez de se manterem à parte enquanto observam os outros a lidar com a situação sozinhos. Mais uma vez, o público é directamente envolvido na acção dramática no palco: *"Don't ask me to do the truth recovery while you stand on the sidelines muttering 'get on with it'.* (ri-se e aponta o dedo a um membro da audiência) *I knew that thought had crossed your mind."* (Duggan, 2005: 22)

Em *AH6905*, os riscos potenciais associados ao doloroso processo de recuperação da verdade não são ignorados, mas antes tratados abertamente, de forma a que o público seja encorajado a lidar com toda a realidade da situação. Duggan aplica ao drama uma técnica comum em ensaios e discursos argumentativos: uma determinada questão é defendida através da análise e desvalorização de quaisquer elementos contrários. É atribuída à personagem Danny a função de analisar todas as opiniões potenciais do público relativamente à recuperação da verdade como se as partilhasse. Dramaturgicamente, tal evita a impressão de um teatro directamente didáctico. A peça termina com a afirmação de Danny de se submeter ao processo de recuperação da verdade embora não se sinta "totalmente certo dele", dizendo que todas as pessoas da Irlanda do Norte precisam de se submeter a um processo de recuperação da verdade de forma a sarar o trauma, e a conseguir pôr-lhe termo para o futuro, num estilo pessoal de discurso muito convincente, e numa pergunta retórica concebida para influenciar o público.

We'll all be stronger. For facing the past full on so our children can have their future. They'll have their own hurts, but let's be honest now, we don't want to bequeath this stuff to them, do we? (Duggan, 2005: 31)

Duggan termina a peça com a personagem Danny a dizer adeus aos espectadores como se fossem amigos pessoais, e sublinhando as suas últimas palavras, *"I'll talk to you tomorrow. Yeh. Tomorrow"*, motivando os elementos do público a activamente criarem um bom amanhã para a comunidade da Irlanda do Norte (Duggan, 2005: 31) Com uma metáfora teatral, Dave Duggan exprime, no programa de *AH6905*, a sua esperança de que "o povo da Irlanda do Norte se coloque no centro do palco desta questão e no modo de recuperação da verdade nos próximos anos" (Duggan, 2005: 5). Numa entrevista recente por mim conduzida, Dave Duggan explica a sua posição no que se refere à recuperação da verdade:

Danny rejects the option of forgetting in his climax speech about the lion. Forgetting is in the interest of the powerful and the perpetrators. But Danny also points out the dangers in remembering: The challenge is: How do we remember in such a way that we create a positive future? There are forty-three sides to every conflict, I don't buy the two tribes model of the conflict. The play is a question for all: Should we have truth recovery and if so, how? Danny indicates that this question continuous after the play; it is not solved with the play. (Urban, 2007)

Duggan coloca o seu trabalho num contexto internacional através da justaposição das perspectivas contrárias de dois dramaturgos internacionais sobre o teatro político. A crítica de David Hare ao teatro político contida na sua pergunta retórica: *"Why on earth do you imagine that theatre might be an effective, even an appropriate way of achieving such things?"* (Duggan, 2005: 5) é desafiada com a defesa feita por Duggan do legado político do teatro, e uma citação do dramaturgo americano Tony Kushner:

The politics of the peace process will be worked out in political discourse, but, like Kushner, I believe that "art is enormously powerful and I believe that art does a lot of kinds of things that other discourses can't do." (Duggan, 2005: 6)

Tradução de Isabel Canhoto

Bibliografia

- Artaud, A., (1974) *Collected Works, Volume IV*, trad. V. Corti, Calder and Boyars, London.
- Duggan, D., (2005) *AH6905*, Guildhall Press, Derry.
- Kershaw, B., (2000) "Performance, Community, Culture", in L. Goodman and J. de Gay (org), *The Routledge Reader of Politics and Performance*, Routledge, London and New York, pp. 136-143.
- Parker, S. (2000) *Plays: 2: Northern Star, Heavenly Bodies, Pentecost*, Methuen Drama, London.
- Rea, S. (2000) "Introduction", in S. Parker, *Plays: 2: Northern Star, Heavenly Bodies, Pentecost*, Methuen Drama, London, pp. ix-xiii.
- Urban, E. (2007) "Interview with Dave Duggan".

PROCESSOS DE RECEPÇÃO DO CINEMA PORTUGUÊS ENTRE OS SEUS PÚBLICOS LOCAIS¹

Introdução

Os estudos de audiências evoluíram muito nas últimas décadas, e o pressuposto de uma audiência passiva, pronta a consumir todo e qualquer produto que a indústria produz, já não é aceitável (Schroder, Drotner, Kline, Murray, 2003). Alguns entendem as mudanças por que as audiências contemporâneas têm passado como consequência directa das mudanças da própria tecnologia que suporta os nossos dispositivos de comunicação. As mudanças no número e na natureza dos canais de comunicação permitem às audiências passar de um modelo de comunicação em massa para um modelo de comunicação mais personalizado, em que os utilizadores têm um papel ainda mais decisivo na decisão sobre os conteúdos dos meios de comunicação a utilizar e quando estes devem ser utilizados (McQuail, 2000; Wilson, 2004). Outros autores não se centram tanto no canal de comunicação, e associam a maioria das mudanças que testemunhamos ao aumento da quantidade de informação que está a ser produzida e posta a circular, em particular nos países ocidentais (Ross & Nightingale, 2003).

Seja qual for o caso, a realidade é que, nos últimos anos, têm vindo a ser detectadas mudanças quantitativas nos padrões de consumo das audiências relativamente a meios de comunicação específicos, nomeadamente o cinema, e que certas mudanças qualitativas parecem estar associadas a este facto,

Manuel José Damásio
Universidade Lusófona de Humanidades e
Tecnologias

¹ O presente estudo foi financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), no âmbito do projecto MAU-MEDIA – *User Modelling and Viewing Clusters* (Modelação de Utilizadores e Audiências) (POCTI/COM/61029/2004).

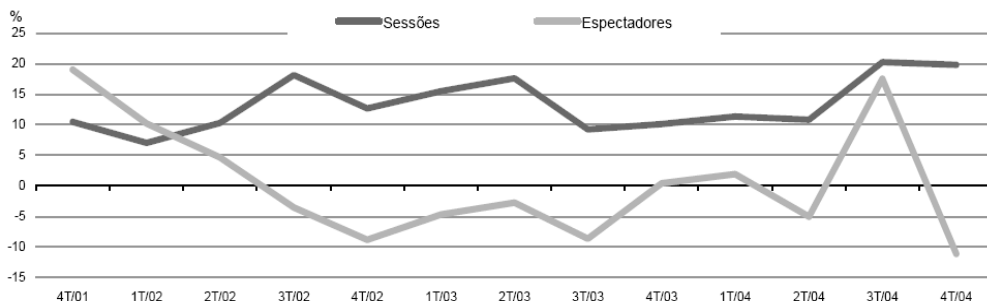
nomeadamente no que se refere às formas sociais de recepção e às expectativas culturais demonstradas pelas audiências. As mudanças na utilização dos meios de comunicação, tal como a substituição de um meio de comunicação por outro no que se refere ao consumo de conteúdos (por exemplo, filmes), parecem também ter um papel preponderante no processo.

Ao afirmar este pressuposto inicial, não queremos defender que existe uma simples relação causa/efeito entre a variação no número total de utilizadores de um media específico e as suas expectativas em relação a esse mesmo media. As mensagens e o nível de exposição dos media, tanto nos filmes como em muitos outros casos, não é por si só responsável pelo comportamento qualitativo e quantitativo demonstrado pelas audiências. Os factores sociais e culturais que enformam o comportamento das audiências e as respectivas atitudes para com a tecnologia e os conteúdos dos media desempenham também um importante papel neste processo.

Este trabalho começou pelo reconhecimento de dois factos: em primeiro lugar, existe uma queda geral no número total de espectadores de cinema em Portugal² (ver quadro 1), uma tendência que acompanha os números observados noutros países europeus; em segundo lugar, além desta queda geral no número de pessoas que vêem filmes em sala de cinema, existem, no caso específico de Portugal, audiências consistentemente baixas para a produção nacional.³

Quadro 1

Relação entre sessões de cinema e espectadores de cinema em Portugal entre 2001 e 2004 (Fonte: INE)



Este segundo facto não acompanha nenhuma tendência europeia óbvia, uma vez que, em tempo de globalização, os conteúdos produzidos localmente têm uma presença cada vez mais forte em todos os países da Europa, observando-se por exemplo que os conteúdos produzidos localmente ocupam o horário nobre da maior parte das estações televisivas europeias e que o cinema europeu atinge números cada vez melhores todos os anos, particularmente dentro do próprio espaço Europeu.

² Segundo o INE (Instituto Nacional de Estatística), o número de espectadores de cinema caiu consistentemente nos últimos anos, nomeadamente 11,1% em 2003, 8,8% em 2004 e 15,1% em 2005. Esta queda no número de espectadores foi acompanhada por uma queda generalizada nas receitas. www.ine.pt

³ Dados do Instituto do Cinema Audiovisual e Multimédia português (ICAM) mostram que, ao contrário do que acontece noutros países europeus, os filmes portugueses não conseguem captar a atenção do público interno em mais de, por exemplo, 2% em 2004 e 3,5% em 2005 quando comparados com números entre os 15% (Suécia) e 45% (França) na maioria dos países europeus. www.icam.pt

Antes demais, não devemos esquecer que desde a década de 60 que o cinema Europeu atravessou fortes limitações, nomeadamente ao nível da distribuição, principalmente se tivermos em consideração a importância e o peso da produção norte-americana.

O debate à volta da sustentabilidade de uma indústria cinematográfica europeia é já antigo e tem sido moldado por vários aspectos. Algumas das tendências principais que emergem quando falamos de filmes europeus (Bensi, 2005) são: **a variação considerável no número de entradas para os filmes europeus**, registada em média nos últimos oito anos, que se comprova ser claramente maior do que a variação para os filmes norte-americanos, e **a baixa correlação entre a tendência no número de entradas para os filmes europeus e a tendência no número de entradas em geral** em todos os mercados da Europa Ocidental, nomeadamente aqueles nos quais as entradas médias para os filmes europeus são as maiores. Outros factores a considerar são **a elevada concentração da venda de bilhetes para filmes europeus numa mão-cheia de títulos; a extensão amplamente variável a que os filmes domésticos logram atrair audiências no estrangeiro**.

Os filmes europeus mais distribuídos na Europa são produções do Reino Unido. Os dez filmes domésticos mais amplamente vistos no mercado do Reino Unido em 2004 obtiveram 60% do total de entradas fora do país de origem. Os filmes britânicos ganham cada vez maior quota de mercado, principalmente na Europa Ocidental; por exemplo, em França (com 59,1% das entradas globais para filmes europeus), Espanha (54,2%) e Holanda (53,9%). O impacto dos filmes franceses é ainda forte, e foram os mais vistos no Luxemburgo em 2004 (com 58,6% das entradas globais para filmes europeus), Itália (48,7%), Reino Unido e Irlanda (38,7%), Finlândia (36,1%) e Dinamarca (22,5%). Os filmes alemães aparecem em terceiro lugar, em termos de venda de bilhetes, na França, Espanha, Holanda, Suécia, Hungria, República Checa e Letónia, embora com uma percentagem de entradas muitas vezes bastante inferior às dos filmes franceses e britânicos. Nos últimos anos, a distribuição de filmes espanhóis aumentou, com percentagens significativamente mais elevadas em 2002/2003: 24,2% em França e 21,0% no Reino Unido juntamente com a Irlanda.

No caso específico do cinema português, outro problema adicional refere-se ao **lapso de tempo entre as datas de lançamento dos filmes e a sua data de produção**. Embora esta tendência seja comum a outros mercados Europeus, já o problema das audiências adquire maior relevo no caso do cinema Português, sendo que desde meados da década de 90 que nenhum título foi capaz de atrair mais do que uma mão-cheia de audiências – 2005 foi a excepção com um único filme a conseguir 50% das entradas globais.⁴ Têm sido apresentadas inúmeras razões para explicar esta situação, mas até à data ainda não tinha ainda sido realizado nenhum estudo sobre o assunto. Ou seja, mais do que explicar as variações quantitativas no comportamento das audiências, o nosso trabalho tinha como objectivo compreender as atitudes e fenómenos de recepção explicativos de tais padrões comportamentais.

Enquanto que a queda generalizada nas audiências dos cinemas parece estar associada ao fenómeno pelo qual as audiências substituem um meio de comunicação por outro, embora consumindo os mesmos conteúdos – filmes – mas em plataformas diferentes (por exemplo, na Internet), este baixo consumo específico dos filmes de produção local parece mais difícil de explicar.

⁴ “O Crime do Padre Amaro” com um total de 350.000 espectadores.

O objectivo principal do nosso estudo foi explicar as razões por detrás do comportamento das audiências portuguesas em particular. Por um lado, quisemos entender o que mantinha os cinéfilos portugueses afastados da sua própria cinematografia e verificar se haveria um baixo nível de satisfação em relação aos filmes portugueses associado a este comportamento. Por outro lado, quisemos identificar as principais expectativas que as pessoas tinham em relação aos filmes e os motivos por trás da decisão de irem ver um filme em particular e não outro, nomeadamente um de produção local. Este projecto fez parte de um estudo mais alargado sobre o comportamento das audiências portuguesas para com diferentes media e a identificação das possíveis variáveis culturais que modelavam essas atitudes e comportamentos.

Método e Resultados

No âmbito do projecto MAU-MEDIA – *User Modelling and Viewing Clusters*⁵ (Modelação de Utilizadores e Audiências), foi realizado um inquérito sobre as percepções e expectativas das audiências cinematográficas portuguesas em relação à sua própria produção cinematográfica.

Na primeira fase deste estudo, foi seguida uma abordagem exploratória qualitativa (Webster, Phalen & Litchy, 2000). Foram criados vários grupos de discussão (*focus groups*), de forma a definir claramente o problema e estabelecer um padrão da percepção que as audiências portuguesas tinham em relação aos seus próprios filmes e as expectativas que tinham quanto aos temas, valores de produção e qualidades estéticas em geral que esses filmes deviam ter. Foram criados quatro grupos de discussão com um total de 46 participantes (22 homens e 24 mulheres). Três das sessões de grupos de discussão foram realizadas em Lisboa e uma no Porto. Todas as sessões foram gravadas e as conclusões incluídas no esboço da subsequente fase conclusiva do estudo.

Durante as sessões com os grupos de discussão, os participantes foram inquiridos quanto aos seus hábitos, expectativas e percepções em relação aos filmes, nomeadamente os de produção local. Todos os participantes nestas sessões consideravam a ida ao cinema uma forma de entretenimento. O elenco, os temas e o género cinematográfico foram identificados como as principais variáveis determinantes da decisão de que filme ver. A maioria dos participantes nestas sessões declarou que não via filmes portugueses porque as histórias contadas e os temas abordados eram deprimentes e monótonos. Outros factores que influenciaram esta decisão do público são os baixos valores de produção demonstrados pelos filmes e a percepção generalizada de que os filmes são altamente “intelectuais”, tendo aparentemente sido escritos e rodados com um reduzido grupo de elite em mente. Dado que os esforços de promoção são também considerados fracos, ver um filme português é tido como um risco. Para além do factor financeiro envolvido (o custo médio de um bilhete de cinema em Portugal é de 4,8 €), também a falta de promoção e os temas limitados dos filmes contribuem para a pouca curiosidade por parte do público.

Na segunda fase do projecto (Webster, Phalen & Litchy, 2000), foi realizado um inquérito descritivo conclusivo e foram reunidos dados quantitativos sobre as percepções e expectativas da audiência cinematográfica portuguesa em relação à produção cinematográfica local.

⁵ O presente estudo foi realizado entre Julho de 2005 e Abril de 2006 com o apoio do ICAM (Instituto do Cinema Audiovisual e Multimédia) e da FCT- Fundação Nacional para a Ciência e Tecnologia.

O questionário utilizado abrangia quatro áreas: recolha de informação demográfica; avaliação dos hábitos de visionamento e relação entre conteúdo e plataforma de media; avaliação da satisfação e sugestões motivacionais. O questionário de satisfação envolveu aspectos técnicos (por exemplo, qualidade sonora) e elementos dramáticos (por exemplo, se a história estava bem contada).

Seguiu-se uma técnica probabilística aleatória para estabelecer uma amostra de 1.878 indivíduos, representativa dos quase 40.000 que vão todas as semanas ao cinema em Portugal. Para as finalidades deste estudo, considerou-se que este grupo seria representativo da maior população consumidora de filmes no país. Decidimos centrar o nosso estudo numa plataforma específica (sala cinema), uma vez que assim seria mais fácil isolar uma população específica. Os resultados finais mostram que os achados deste estudo podem, até certo ponto, ser extrapolados para outras plataformas, porém, esta limitação tem ainda de ser tida em conta. O enfoque nesta plataforma foi parcialmente anulado pelo facto de que o único critério seguido para incluir um indivíduo na amostra foi o facto de esse indivíduo “ver filmes regularmente”.

Os inquéritos foram feitos através de entrevistas cara a cara, realizadas, na sua maioria, na vizinhança de salas de cinema (82,9%), mas também através de entrevistas telefónicas assistidas por computador (12,1%) e de um inquérito por correio electrónico (5,1%). A população que compôs a amostra foi segmentada através da utilização de variáveis Marktest.⁶ Embora a amostra tivesse entre 1.500 e 2.000 indivíduos (número representativo da população portuguesa exposta a mensagens de media através da televisão), o inquérito foi realizado em todo o país, incluindo as ilhas, em proporções constantes em relação ao número de espectadores de cinema dessas regiões, a distribuição de idades seguiu os mesmos intervalos que a população total, todos os níveis de ensino foram considerados na mesma proporção em relação à população total e a distribuição dos géneros foi igual. Não foi seguido nenhum critério económico, tendo-se considerado que ter acesso ao meio (por exemplo, ver filmes) era o único critério ao nível socioeconómico.

A maioria dos indivíduos que participaram no estudo (64,5%) declarou ir ao cinema pelo menos uma vez por mês (ver quadro 2), mas a grande maioria vê um filme português menos de uma vez por mês (60,8%) ou nunca (24,2%).

Quadro 2

Frequência de sessões de cinema assistidas pela amostra

Frequência de sessões de cinema assistidas		
	Frequência	%
< 1 vez por mês	679	36,5
1 vez por mês	521	28
Quinzenalmente	354	19
1 vez por semana	220	11,8
> 1 vez por semana	86	4,6
Total	1860	100
Faltas = 18		

⁶ A Marktest é a maior empresa de análise de audiências médias em Portugal e a estrutura de segmentação do mercado dos media desta companhia pode ser consultada on-line em www.marktest.pt

Na sequência destes números, o número de inquiridos que dizem preferir a produção local à produção estrangeira é menos de 7%. Se cruzarmos os valores dos quadros 3 e 4 com os dos quadros 5 e 6 referentes a preferências de género, detectamos uma primeira variável que influencia a decisão do público: os temas e géneros abrangidos pelo filme. Uma vez que a maioria dos filmes produzidos em Portugal depois de 1974 tem seguido maioritariamente uma abordagem de filme *d'auteur* e se tem centrado grandemente numa crítica acesa à sociedade local e aos seus aspectos mais deprimentes (Luz, 1978) – uma corrente que viria a ficar conhecida como *miserabilismo* – isso criou, aos olhos do público, uma associação entre filmes portugueses e um certo tipo de representação cultural.

Quadro 3

Frequência de filmes portugueses vistos pela amostra

Com que frequência vê filmes portugueses?		
	Frequência	%
Nunca	445	24,2
< 1 vez por mês	1119	60,8
1 vez por mês	217	11,8
Quinzenalmente	39	2,1
1 vez por semana	18	0,9
> 1 vez por semana	3	0,2
Total	1841	100
Faltas = 37		

Quadro 4

Preferências da amostra por origem

Preferências: Filmes portugueses ou estrangeiros?		
	Frequência	%
Portugueses	120	6,7
Estrangeiros	1665	93,3
Total	1785	100
Faltas = 93		

Quando observamos os géneros que as audiências dizem preferir, a comédia (53,6%) e a acção (49%) são claramente os géneros⁷ mais preferidos. Se compararmos estes números com os géneros produzidos ao longo da história da cinematografia portuguesa, vemos que os dois principais períodos de sucesso para os filmes de produção local são os anos 40, caracterizados por um grande investimento na produção de comédias, e os anos 80, quando foi produzido um grande número de filmes de acção (Silva, 2003).

⁷ Não podemos alegar que a maioria da amostra prefere este ou aquele género, uma vez que todos os inquiridos podiam indicar mais de uma opção. As percentagens apresentadas no quadro 6 representam o número de vezes que um determinado género foi referido

Quadro 5

Preferências por género

Preferências por género		
	Frequência	%
Acção	918	49
Romance	522	27,9
<i>Suspense</i>	678	36,2
Drama	388	20,7
Terror	454	24,2
Comédia	1003	53,6
Independente	341	18,2
Outro	138	7,4
Animação	37	2,0
Biografias	3	0,2
Documentários	9	0,5
Épicos	10	0,5
Eróticos	2	0,1
Ficção científica	38	2,0
Fantasia	4	0,2
Guerra	2	0,1
Policiais	7	0,4
Pornográficos	7	0,4
Psicológicos	3	0,2
<i>Surf</i>	2	0,1
<i>Thriller</i>	10	0,5
Aventura	4	0,2

Depois de estabelecermos um dos factores que afecta a decisão da audiência, tentámos verificar se, ao substituir o visionamento de filmes em salas de cinema pelo cinema em casa, por exemplo, com o DVD, as audiências estariam a ser influenciadas por este facto de alguma forma no que respeita à origem do filme. Os dados do quadro 6 mostram que a decisão quanto à plataforma não tem qualquer relação com a decisão relativa ao conteúdo. Este facto prova que as políticas públicas deterministas que tentam influenciar o público através da manipulação de plataformas (por exemplo, ao disponibilizar doses maciças de conteúdos na Internet) não têm qualquer influência directa sobre a audiência. São a natureza do conteúdo e os valores sociais e culturais de que este se reveste o que define o comportamento da audiência.

O quadro 7 apresenta as respostas dos inquiridos a perguntas explícitas sobre os factores que influenciaram as suas possíveis decisões de ver um filme português. Enredo, elenco e promoção são os factores mais referidos. A identificação destes três elementos aponta para uma associação entre o objecto cultural e as representações sociais que o mesmo transmite. O enredo aponta para as realidades que as pessoas querem ver no ecrã – os resultados mostram que as audiências não querem ver as suas próprias vidas e as suas realidades diárias representadas, mas outras mais

fantasiadas. O elenco aponta para a importância de modelos sociais. Por fim, a promoção aponta para o processo de tomada de decisão e para o facto de que ir ver um filme português é considerado um grande risco. As pessoas querem ter o máximo de informação antes de tomarem uma decisão.

Quadro 6
Identificação da plataforma

Onde viu o seu último filme português?		
	Frequência	%
Não me recordo	418	23,3
Num canal de TV generalista	565	31,5
TV por cabo/satélite	19	1,1
Cinema	585	32,6
DVD/outro	206	11,5
Total	1793	100
Faltas = 85		

Quadro 7
Factores que influenciam a decisão

O que o(a) faz decidir ver um filme português?		
	Frequência	%
Nada. Não vejo filmes portugueses	265	14,2
O realizador	238	12,7
O elenco	539	28,7
O argumento/enredo	939	50,1
Promoção	486	25,9
TV	200	11,3
<i>Trailer</i>	244	13,7
<i>Web</i>	45	2,5
Imprensa	72	4,1
Ser um filme português	275	14,7
O boca em boca	344	18,3

Depois de termos, em certa medida, estabelecido os factores que influenciam a decisão do público e os seus hábitos de visionamento, passámos à verificação dos níveis de satisfação apresentados pelas audiências. Para as finalidades deste ensaio, só iremos apresentar os resultados de três aspectos específicos – enredo, elenco e aspectos técnicos – e a seguir os valores gerais. O principal aspecto avançado por estes números é que, regra geral, não existe um sentimento de agrado ou desagrado em relação aos filmes portugueses. As audiências são neutras, quer seja por não conhecerem os filmes ou porque os mesmos não têm qualquer importância para elas.

Quadro 8

Satisfação: argumento/enredo

Satisfação – argumento/enredo		
	Frequência	%
Nenhuma	147	8,1
Muito pouca	453	24,8
Média	827	45,3
Satisfeito(a)	363	19,9
Muito satisfeito(a)	36	2,0
Total	1826	100
Faltas = 52		

Quadro 9

Satisfação: aspectos técnicos

Satisfação – aspectos técnicos		
	Frequência	%
Nenhuma	159	8,8
Muito pouca	429	23,7
Média	828	45,8
Satisfeito(a)	322	18,4
Muito satisfeito(a)	61	3,4
Total	1809	100
Faltas = 69		

Quadro 10

Satisfação: elenco

Satisfação – elenco		
	Frequência	%
Nenhuma	91	5
Muito pouca	264	14,5
Média	788	43,4
Satisfeito(a)	559	30,8
Muito satisfeito(a)	114	6,3
Total	1816	100
Faltas = 62		

Os níveis de satisfação foram determinados utilizando uma escala de Lickert. Os diferentes gradientes de satisfação foram distribuídos da seguinte forma:

- 0-20%: nenhuma – insatisfação;
- 21-40%: muito pouca satisfação;
- 41-60%: média – nem satisfeito nem insatisfeito;
- 61-80%: satisfação
- 81-100%: muita satisfação.

Em termos de satisfação geral, a amostra apresentou um valor de 58,2%, o que corresponde a uma atitude neutra em relação aos filmes de produção local (as pessoas não estão contentes nem descontentes com a sua própria produção cultural). O quadro 11 ilustra este facto e apresenta os resultados divididos por sexo dos indivíduos inquiridos.

Quadro 11
Satisfação geral por género

	Homens		Mulheres		<i>U</i>
	<i>M</i>	<i>DP</i>	<i>M</i>	<i>DP</i>	
Satisfação total	48,50 (57%)	10,56	50,42 (59,3%)	11,52	368310,00***
Argumento	14,18 (56,7%)	3,59	14,76 (59%)	3,67	377029,00***
Técnica	5,24 (52,4%)	1,61	5,38 (53,8%)	1,58	365939,00*
Elenco	29,22 (58,4%)	6,46	30,70 (61,4%)	6,99	356137,50***

Nota: M = média; DP = desvio padrão; U = teste de Mann-Whitney;

*** $p < 0,001$; * $p < 0,05$.

No seguimento desta atitude neutra, a grande maioria dos indivíduos da amostra não fez sugestões motivacionais para melhorar os filmes locais. Os que deram algumas sugestões acabaram todos por voltar aos mesmos aspectos – argumentos, elencos, promoção – que já tinham sido detectados como factores principais influenciadores da decisão da audiência.

Quadro 12
Sugestões motivacionais

Mudanças que gostava de ver nos filmes portugueses		
	Frequência	%
Qualidade técnica	718	38,2
Diálogos	1253	66,7
Elenco	941	50,1
Promoção	968	51,5
Actores principais	335	17,8

Discussão e conclusões

O baixo nível de audiências em Portugal para os filmes de produção local baseia-se em dois factores: primeiro, há uma falta de confiança generalizada em relação ao objecto cultural. Os filmes portugueses são encarados como não tendo grande qualidade, representando por isso um grande risco em termos de tempo e dinheiro gastos. Uma vez que as motivações e as expectativas que orientam as audiências cinematográficas não são, do ponto de vista destas, satisfeitas pela produção local, as pessoas decidem consumir conteúdos estrangeiros que têm uma maior possibilidade de satisfazer os seus desejos.

Em segundo lugar, o baixo nível de identificação que as audiências têm com o artefacto cultural em geral. Os artefactos culturais portugueses são encarados como sendo dirigidos a uma elite, não sendo produzidos de acordo com os desejos e expectativas da grande maioria das pessoas.

Estes dois aspectos ilustram uma variável geral que influencia o comportamento das audiências contemporâneas. Por um lado, a mensagem do meio, neste caso, os temas e elencos apresentados pelos filmes, é utilizada pelas audiências para justificar as suas atitudes em relação a um objecto. Porém, por outro lado, são as consequências sociais da utilização do meio (Livingstone, 2002) o que modela as atitudes dos utilizadores em relação ao conteúdo.

De tudo o que foi dito, podemos deduzir que o caso particular da atitude das audiências portuguesas em relação aos filmes de produção local representa, na realidade, uma tendência muito mais vasta na utilização dos media, através da qual concepções socialmente partilhadas sobre as consequências da utilização dos media modelam as atitudes e crenças dos utilizadores e, em última análise, a própria tecnologia.

Bibliografia

- Bensi, P., (2004) "Which market for European Films", a MediaSalles report, *Media Salles Journal, International Edition* no. 4 – year VI – September, disponível on-line em www.mediasalles.it, consultado em Setembro de 2005.
- Luz, M., (1978) "O cinema português e o público (apontamentos)" in *Com a Arte para Transformar a Vida. 1ª Assembleia de Artes e Letras – ORL do PCP*, Ed. Avante, Lisboa.
- Livingstone, S., (2002) *Young People and New Media*, Sage, London.
- Winston, B., (2003) *Media Technology and Society*, Routledge, London.
- Webster, J., Phalen, P., Litchy, L., (2000) *Rating Analysis: The Theory and Practice of Audience Research*, Lawrence Erlbaum and Associates, London.
- Ross, K., Nightingale, V., (2003) *Media and Audiences: New Perspectives*, Open University Press, Maidenhead..
- McQuail, D., (2000) *Mass Communication Theory: An Introduction*, Sage, London.
- Silva, A.S., (org.) (2000) *Educação Artística e a Promoção das Artes na Perspectiva das Políticas Públicas: Relatório do Grupo de Contacto entre os Ministérios da Educação e da Cultura*, Ministério da Educação e Cultura, Lisboa.
- Schroder, K., Drotner, K., Kline, S., Murray, C., (2003) *Researching Audiences: A Practical Guide to Methods in Media Audience Analysis*, Hodder Arnold Press, London.

OS ESTUDOS DE RECEPÇÃO COMO MODELO MULTIDIMENSIONAL: A NEGOCIAÇÃO DE ESTEREÓTIPOS DE ETNICIDADE E GÉNERO

Introdução

Este ensaio pretende explorar os resultados de dois projectos de investigação à luz de uma genealogia dos estudos de recepção que foca os seus principais momentos de viragem. Em “O Legado Teórico dos Estudos Culturais”, Hall refere-se a três momentos fulcrais na consolidação da disciplina dos estudos culturais, nomeadamente o marxismo ortodoxo, o feminismo e o surgimento de questões raciais. Adoptando uma metodologia crítica de narrativas teleológicas ou historicistas das formações disciplinares, procurar-se-á compreender o discurso constitutivo dos estudos de recepção como indissociável das relações de poder que caracterizam determinados momentos do contexto académico anglo-saxónico.

Se o marxismo, o feminismo e a questão racial foram de importância crucial para os estudos culturais, os estudos de recepção, como parte integrante desta disciplina, também terão sido influenciados pelas mesmas temáticas. No entanto, surgindo quase como resposta à necessidade de se atender de modo mais acentuado a toda a gama de pluralidades sociais, sexuais e étnicas, os estudos de recepção foram condicionados de modo específico por relações de poder e saber académicas, principalmente por questões de descodificação associadas à semiótica, questões funcionalistas e de democratização de géneros televisivos ligadas ao feminismo, e, por fim, questões metacognitivas e autoreflexivas radicadas no entrosamento do discurso

Cláudia Álvares

Universidade Lusófona de Humanidades e
Tecnologias

mediático com outros discursos contemporâneos. Com efeito, Pertti Alasuutari divide a progressão dos estudos de recepção em três gerações, distinguindo-se a primeira pela vigência de enquadramentos interpretativos que conduziram ao afastamento do modelo comportamental de estímulo/resposta até então predominantes, a segunda pelo estudo etnográfico de audiências, inextricavelmente ligado às políticas identitárias de género, raça e classe, e a terceira por uma vertente que explora os discursos que estruturam a “cultura mediática” contemporânea. (Alasuutari, 1999: 2-8)

David Morley, no entanto, alerta-nos para o perigo de adesão de modo acrítico a uma narrativa evolutiva e unidireccional dos estudos de recepção, assente numa “série de rupturas epistemológicas e metodológicas claramente demarcadas”. (Morley, 1999: 196) Propondo um modelo multidimensional em detrimento de paradigmas que se sucedem uns aos outros numa escala temporal sequencial, Morley apela à recontextualização de velhos modelos, evitando-se assim a tentação de se os considerar obsoletos. O objectivo de Morley será o de formular um modelo de consumo mediático que abranja eixos vertical e horizontal, de poder e participação, de modo a responder quer a questões ideológicas subjacentes à transmissão de programas e conteúdos, quer a questões relacionadas com a assimilação de conteúdos mediáticos no quotidiano. (Morley, 1999: 197)

O presente artigo procura desenvolver, num duplo sentido, o conceito de multidimensionalidade do modelo dos estudos de recepção, analisando as reacções quer de imigrantes brasileiras à representação das suas conterrâneas nos media portugueses¹, quer de portuguesas à representação do feminino na imprensa nacional². A apresentação dos resultados destes dois projectos de investigação tem como objectivo recontextualizar velhos modelos, a saber, o semiótico, o psicanalítico e o dos usos e gratificações de modo a entrecruzá-los com o paradigma metadiscursivo que Alasuutari assinala como distintivo da actualidade.

A cultura dos media como metadiscurso

A metodologia genealógica foucauldiana efectua um corte sincrónico no passado a partir de uma determinada problemática visível no momento presente, de modo a traçar as relações entre saber e poder responsáveis pelo surgimento desta última. Uma análise genealógica dos estudos de recepção implica, assim, partir do papel metadiscursivo dos media, de modo a estabelecer-se uma trajetória imbuída de poder e saber da cultura mediática contemporânea. O metadiscursivo diz respeito ao entrelaçamento do discurso dos media com outros discursos da actualidade. No ensaio “Cultural Images of the Media”, Alasuutari examina o modo como os utilizadores dos media conferem significação aos media recorrendo, para tal, a metáforas provenientes de outras esferas de vida contemporânea. Este autor classifica as metáforas invocadas para compreender os media sob três vertentes: a primeira metáfora traduz-se numa imagem de “janela”, suscitando discussões sobre o

¹ Conduzido como um subprojecto de um projecto de investigação mais vasto intitulado “Televisão e Imagens da Diferença” (POCTI/COM/4553/2002), este estudo de recepção foi coordenado por Isabel Ferin e financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT). A equipa incluiu os seguintes elementos: Catarina Valdigem, Willy Filho, Inês D’Orey e eu própria.

² Constituindo um subprojecto associado ao projecto de investigação “A Representação Discursiva do Feminino na Imprensa Portuguesa” (POCTI/COM/55780/2004), este estudo de recepção, por mim coordenado, foi financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT). A equipa compôs-se dos seguintes elementos: Carla Baptista, Carla Martins, Ana Jorge e Susana Leonor.

grau de verosimilhança entre os produtos mediáticos e a realidade exterior; a segunda metáfora é a da *ágora*, isto é, os media como fórum público de discussão de ideias; a terceira metáfora prende-se com imagens associadas a relacionamentos afectivos ou personalizados com os media, mediante as quais os utilizadores equiparam os media à função de “amigos”, “narcóticos” ou “estimulantes”. (Alasuutari, 1999: 87) Estas três metáforas podem ser aplicadas aos sub-projectos atrás referidos, pois as temáticas de fidelidade representativa, de espaço público agonístico e de funcionalidade mediática estão subjacentes aos resultados das análises conduzidas.

A metáfora dos media como janela para o mundo entrelaça-se com a valorização de géneros “realistas”, como o telejornal, em detrimento do género ficcional, segundo uma lógica que privilegia a função representativa dos media. Nesta perspectiva, os media cumprem a função de elo de ligação com o mundo exterior, agindo como uma extensão mcluhaniana de nós mesmos. (Alasuutari, 1999: 89-90) Existe, assim, uma moralidade social que condena o visionamento televisivo de géneros que não sejam considerados úteis ao desenvolvimento do indivíduo. Para Morley, tal situação demonstra que o acto de ver televisão requer legitimação enquanto actividade digna do envolvimento de um cidadão adulto. (Morley, 1999: 201) Como a programação de cariz factual confere mais facilmente essa legitimação, os indivíduos sentem-se frequentemente compelidos a desculpar-se por verem séries de ficção em vez do noticiário televisivo, sendo que as séries de ficção correspondem, para o senso comum, à futilidade e o telejornal a uma obrigação inerente à cidadania. (Alasuutari, 1999: 11) No entanto, num contexto mediático que se pauta pela crescente tabloidização dos noticiários televisivos, a própria fronteira que separa os géneros realista de ficcional parece esvair-se, sob a ubiquidade do *infotainment*.

Não admira, assim, que no contexto do nosso primeiro projecto, os estereótipos da mulher brasileira racializada e erotizada sejam visíveis quer no género ficcional, quer no género informativo. Tal “intertextualidade na produção de géneros mediáticos” (Ferin, 2004 e 2005, *apud* Valdigem 2006: 56) aponta para a crescente “confusão entre o binómio informação/entretenimento” (Filho, 2006: 103) que caracteriza o panorama televisivo português desde o surgimento de canais privados, nomeadamente da SIC e da TVI em 1992 e 1993 respectivamente. Embora os canais de sinal aberto tenham sido permeáveis, segundo Willy Filho, à temática da imigração³, não deixam de recorrer aos critérios sensacionalistas de noticiabilidade para a representar. No caso das mulheres brasileiras os noticiários televisivos dos canais privados referem-se frequentemente à temática da prostituição, valorizando “uma certa dimensão erótica”. (Filho, 2006: 102) Citando Padilla (2004), Valdigem nota que a “conexão mediática entre a mulher brasileira, a *mulher prostituta* e a *mulata sensual*, oriunda dos trópicos, conduz à construção de uma imagem da mulher brasileira racializada e etnicizada, determinante nas respectivas estratégias de inserção e de *integração*”. (Valdigem, 2006: 56) Referindo-se ao período de 4 de Março a 22 de Maio de 2004, Valdigem constata a alusão frequente às temáticas de “prostituição, relações afectivas e beleza física nos géneros informativo e ficcional no respeitante à representação televisiva da mulher brasileira. Foi com o intuito de analisar a recorrência da temática da prostituição na construção da imagem da mulher brasileira por parte dos media portugueses que a equipa coordenada por Isabel Ferin se debruçou quer sobre a construção

³ A comunidade brasileira em Portugal, apenas ultrapassada pela cabo-verdiana, contava com 85 344 residentes legalizados em Setembro de 2005, sendo composta por aproximadamente 60% de homens e 40% de mulheres, a maior parte dos quais em idade activa. (Ferin, 2006: 5-6)

técnica de duas peças transmitidas pelo *Jornal Nacional* da TVI⁴, significativas enquanto manifestações de *infotainment*, quer sobre o modo como tais peças, incidindo sobre a temática da prostituição, foram recebidas e consumidas pela imigrante brasileira em Portugal.

Atendendo à metáfora da televisão como uma “janela” para o mundo, há, mesmo no seio das entrevistadas – todas elas imigrantes brasileiras –, algumas opiniões que convergem com o pressuposto de que a imagem da brasileira veiculada pelo noticiário televisivo está em sintonia com a “realidade”.

Eu acho que o que passam na televisão é real, acredito que muitas delas estão ali mesmo só para prostituição. Agora, não sei se elas [notícias] são exageradas. Mas são negativas, não é? [...] Por acaso conheci uma ou duas histórias de pessoas que vieram para aqui, mas que estavam ligadas à prostituição, e então ... pronto ... contaram que vieram do Brasil para Portugal com a promessa de que iriam trabalhar, no entanto, chegando aqui, foram enganadas, e ficaram presas, depois fugiram ...! (Entrevista in Ferin, 2006: 23)

Eu encontrei uma em Espanha, em Vigo, quando fui pedir uma informação [...] Ela depois me contou que trabalhava num clube [...] Eu disse a ela que vivia e trabalhava em Portugal. E ela disse que eu poderia vir trabalhar no clube dela para ganhar o triplo do que eu ganho. Eu disse: “Não senhora”. Eu fiquei triste porque ela falava que tinha um filho no Brasil, e que enviava o dinheiro para lá só para poder sustentá-lo, no Nordeste – naqueles lados mais pobres. (Entrevista in Ferin, 2006: 23)

Como enfatiza Ferin, as imagens televisivas transmitidas coincidem com as narrativas de experiência pessoal das entrevistadas, situação essa que corresponde à metáfora dos media como janela, isto é, como cumprindo uma função representativa por excelência. Os estereótipos prevaletentes dentro da temática da prostituição são o da “vítima”, recrutada “ao engano” por uma rede de tráfico de mulheres, e o da “profissional” que opta, por vontade própria, pela prostituição. (Ferin, 2003: 27, *apud* Peixoto, 2004)

Os resultados do projecto que analisa o modo como as portuguesas consomem notícias relacionadas com o “feminino” indicam que as mulheres são mais apelativas enquanto celebridades, tanto na qualidade política como social. As entrevistadas expressaram admiração pela ex-Primeira Dama, Maria José Ritta, pela chanceler alemã, Angela Merkel, ou ainda pela falecida Indira Gandhi. Estas figuras são representadas nos media como tendo conseguido penetrar o domínio patriarcal do poder, o que as converte, aos olhos das entrevistadas, em heroínas idealizadas.

Sem dúvida, gostaria de conhecer a Maria José Ritta! É ponderada, calma e sensata. (Graça, 38 anos, Professora)

A Angela Merkel, porque gostaria de saber como é lidar diariamente na esfera do poder tipicamente liderado por homens. (Cristina, 38 anos, Engenheira Civil)

A Indira Gandhi. Por ter sido uma brilhante política, estrategista e pensadora, que possuía grande ambição política e por ter sido a mulher que mais cedo ocupou uma posição de tanta relevância no governo indiano que na época era ainda bastante patriarcal. Ninguém esperava muito dela mas as suas acções provaram o contrário. Acho que devia ser um exemplo a seguir por muitas mulheres em Portugal e não só. (Sandra, 32 anos, Professora)

⁴ Estas peças são designadas por “Tráfico de Mulheres” e “Nas Malhas da Prostituição”, datando de 6 de Maio de 2003 e 4 de Fevereiro de 2004 respectivamente.

As entrevistadas prestam homenagem a celebridades como Audrey Hepburn, Angelina Jolie e a Princesa Diana devido ao facto de estas surgirem, nos media, associadas à promoção de causas. Ao assimilar a construção discursiva da mulher na imprensa no seu sentido literal, as entrevistadas demonstram uma atitude acrítica de credulidade em relação aos produtos veiculados pelos media.

No entanto, tal como os media servem como ligação ao mundo, podem também distorcer o objecto representado de tal forma que conduzem ao distanciamento das audiências relativamente à “realidade existente”. Os media como janela para o mundo deixam, segundo esta perspectiva, de ser transparentes, pois são condicionados por parâmetros ideológicos que filtram a representação. A competência videotécnica está relacionada com a capacidade dos públicos se aperceberem dos media como agentes de fabricação da realidade, avaliando-se assim os produtos televisivos pelo seu grau de aproximação ou não do referencial. Valdigem, por exemplo, indica que a “leitura referencial” da telenovela *Senhora do Destino* efectuada pela imigrante Sónia “pressupõe a concordância entre a ficção e a realidade brasileira”.

A “Senhora do Destino” por exemplo, quando é que um rico frequentaria a favela do Rio de Janeiro? É um absurdo! Não frequentaria de jeito nenhum! [...] A não ser que tivesse ... ligado a um traficante, que é o que acontece directo! Algum político estar ligado a um traficante da favela ... e mostram muita riqueza! Ah! Um carrão, estou bem! Na novela tá! Algumas sim, mas outras não mostram a realidade ... Eu acho que “O Clone” mostrou a realidade. (Entrevista in Valdigem, 2006: 18)

Em moldes semelhantes, Cristina, que exprimira admiração por mulheres assertivas nos meandros masculinos da política, admite que a imagem do poder feminino veiculado pelos media portugueses está conotada com o *glamour*, não reflectindo a realidade.

Acho que nunca e nenhuma mulher virá a ser primeira-ministra porque o mundo dos homens é infelizmente demasiadamente forte em Portugal. Francamente, acho que a maioria do povo teria medo de votar numa mulher .. Isto contrasta com a imagem que os media nos dão das mulheres que exercem actividade política. (Cristina, 38 anos, Engenheira Civil)

Testemunha-se assim, em ambos os casos relatados, que as críticas a que os media estão sujeitas de que não reflectem, ou distorcem, a realidade se fundamentam no pressuposto valorativo de que os meios de comunicação tem o dever de consistir numa “janela” transparente para o mundo em que vivemos.

A imagem dos media como *ágora*, ou fórum de discussão pública de ideias, relaciona-se com uma ideia específica de audiência. Assim, enquanto o modelo pedagógico da comunicação parte do pressuposto de que o monopólio estatal dos media, sob a forma de um serviço público, tem como função educar os cidadãos, o modelo comercial de televisão assenta num conceito de audiência enquanto mercado. Se a ideologia do modelo de serviço público procura defender a “liberdade de expressão”, a ideologia do modelo comercial baseia-se numa suposta “liberdade de escolha” dos públicos. (Alasuutari, 1999: 91) A tabloidização crescente que caracteriza o cenário televisivo parece, todavia, ter posto em causa a dicotomia serviço público/canais privados, pois o noticiário dos canais do Estado também são palco de cruzamentos entre informação e entretenimento dada a tentação de competir com os canais privados nos índices de audiência. Neste contexto de

liberalização da regulamentação televisiva, pode surpreender a existência de segmentos do público que defendam a função educacional da televisão.

Sónia, por exemplo, responsabiliza os media, nomeadamente a publicidade e as telenovelas produzidas no Brasil, pela propagação de estereótipos negativos da mulher brasileira:

Pois! São as mulheres bonitas! Gostasas e tal! É sempre ... é isso! Mas é mesmo ... o nosso país é que cria essa imagem! Isso sem dúvida nenhuma! ... Eu nunca fui muito a favor... (Entrevista in Valdígem, 2006: 18)

Sandra, uma entrevistada portuguesa, aponta a responsabilidade dos media em alertar o cidadão comum para comportamentos abusivos, tal como a violência doméstica. Nesta perspectiva, os media têm um papel de promover um consenso politicamente correcto, delimitando a conduta aceitável da não-aceitável.

Os media são demasiado sensacionalistas. Acho que deveriam focar assuntos da vida privada apenas no caso de abusos, violência doméstica ou algo do género, situação da qual qualquer pessoa deve ser protegida. Caso contrário, a vida de cada cidadão só a ele pertence ... (Sandra, 32 anos, Professora)

O terceiro conjunto de imagens mediáticas diz respeito ao papel desempenhado pelos media no quotidiano dos indivíduos. Tal metáfora caracteriza-se pela heterogeneidade, devido à diversidade de formas através das quais os media afectam a vida diária e as relações interpessoais dos cidadãos ao prestar serviços de informação e entretenimento. (Alasuutari, 1999: 92) Dado as análises dos efeitos dos media sobre os indivíduos tenderem a evocar o potencial dos media para representarem objectos de modo distorcido, esta última metáfora corresponde frequentemente a um “vício”, um “narcótico” ou um “estimulante”, na medida em que põe em causa a autonomia individual dos consumidores dos media.

No projecto sobre imigrantes brasileiras, a incapacidade dos indivíduos distinguirem, de forma nítida, a vida real do mundo imaginário construído pelos media torna-se patente na influência surtida pelas imagens positivas de Portugal veiculadas quer pelo programa *Fantástico* da *TV Globo*, quer por um conjunto de reportagens da *Veja* na tomada de decisão de emigrar. (Machado, 2004; Casa do Brasil, 2004; Padilla, 2005, *apud* Ferin, 2006: 13)

Neste programa ['Fantástico'] ... acentuavam-se as oportunidades de uma economia em crescimento acelerado, a empregabilidade, a facilidade da língua e o bom acolhimento dos irmãos de além-mar. (Machado, 2004 *apud* Ferin, 2006: 13)

No projecto que foca a recepção ao discurso de imprensa sobre o feminino, as entrevistadas comparam o poder da celebridade baseado na beleza com o poder da celebridade fundamentado na capacidade de ingressar num domínio masculinizado, aplicando os estereótipos mediáticos à experiência no “mundo real”. Enquanto o poder das actrizes e figuras do *jet-set* está associado à feminilidade, o poder das mulheres na política evoca a masculinidade. Apesar de professarem admiração pelas mulheres que exercem cargos políticos, as entrevistadas revelam hostilidade ao comportamento “feminista” destas últimas, estabelecendo um paralelismo entre feminismo e masculinidade.

Todas as mulheres na política são um pouco masculinas ... Tal como a Margaret Thatcher, a forma de vestir, o cabelo, a forma de estar rígida. Isso é visível, por exemplo, na Ferreira Leite. (Cristina, 38 anos, Engenheira Civil)

Esta afirmação instiga outra entrevistada a opinar que, no mundo real, “algumas mulheres têm de se impor para lhes darem o reconhecimento devido, agindo arrogantemente para marcar a sua posição”. (Sandra, 32 anos, Professora) Assim, verifica-se que os estereótipos femininos nos media, nomeadamente o da mulher política como dama de ferro ou guerreira masculina, se sobrepõem de modo poderoso às interpretações locais da realidade.

Apesar dos discursos estereotipados que veiculam, os media são produtores de uma pluralidade de narrativas sobre identidades possíveis de realizar, “trazendo para os quotidianos das maiorias aspirações e ideias, tais como liberdade, direitos e prosperidade”. (Appadurai, 2004 *apud* Ferin, 2006: 11) O enriquecimento da imaginação torna-se assim, para Ferin, num factor emancipatório que permite aos indivíduos “reorganizar estratégias de acção” de modo a assumir novas trajectórias de vida, assentes no cruzamento de percursos locais e globais.

Num processo complementar e simultâneo, os mesmos dispositivos [mediáticos] tendem a sobrepor, a estas identidades individuais construídas, outras identidades, grandemente imaginadas e abstractas, arregimentadas em torno das culturas nacionais, da língua comum e das tradições partilhadas. (Ferin, 2006: 6)

Um dos objectivos do subprojecto de investigação sobre o consumo mediático de imigrantes brasileiras em Portugal foi precisamente o de analisar o papel dos media na “reconfiguração” de imaginários em diversas esferas do quotidiano, nomeadamente na esfera social e do trabalho. O entrelaçamento entre identidades individuais, localizadas, e identidades abstractas, de cariz globalizado nem sempre é pacífico, podendo, segundo Ferin, revelar-se “conflituante”. Esta situação manifesta-se no confronto entre uma comunidade imaginada em torno de símbolos culturais comuns, como a língua, mitos nacionais fundadores e a partilha de tradições, e a contextualização local dessa mesma comunidade.

[...] É interessante, nos comparam a certas pessoas do Brasil – a quem a gente nunca imaginou que pudesse ser comparada! [...] há muitos portugueses que vão para o Brasil passear e depois dizem: “Ah! Afinal não é assim tão bonito!” Daí eu falo “Claro, há o bonito e o feio”. E respondem: “Ah! Não é como as telenovelas ...” (Entrevista in Ferin, 2006: 19)

O cruzamento de imaginários entre brasileiros e portugueses é assim potenciado quer pelas telenovelas, quer pelos noticiários televisivos, ambos responsáveis pela transmissão de estereótipos relativos à sociedade e mulher brasileiras, visíveis em espaços de interacção quotidiana como as situações laborais.

No começo que eu vim para cá, sim. As pessoas tinham uma certa distância comigo por talvez pensar ... bom ... “Mais uma que vem para cá, para aventurar, e quem sabe, roubar marido de outras portuguesas”, como dizem aqui, e não era verdade (...) ou roubar o trabalho de outras pessoas. (Entrevista in Valdigem, 2006: 12)

É de salientar, no entanto, que enquanto Alasuutari considera o efeito dos media no quotidiano dos indivíduos como potencialmente perigoso dada a dificuldade destes últimos distinguirem entre uma construção social mediática e a “realidade”, Ferin enfatiza a dimensão emancipatória dos *mediascapes* contemporâneos.⁵ Assim, se numa primeira instância, os media são agentes de libertação enquanto transmissores de novos estilos de vida e identidades diferenciadas, não deixam também de ser agentes catalizadores de estereótipos, fixando identidades a certas imagens ontologicamente essencialistas.

Leituras preferencial, negociada e opositiva

Dado o objectivo de se realizar uma genealogia dos estudos de recepção enunciado no início deste texto, e partindo da problemática atrás explorada da cultura dos media na contemporaneidade, há que agora colocar a seguinte questão: quais os momentos significativos dos estudos da recepção que permanecem visíveis no modo como pensamos os media na actualidade?

O ensaio de Hall, intitulado “Encoding/Decoding in TV Discourse” (1980) apresenta-se como um momento crucial naquilo que viria a ser posteriormente denominado de estudos de recepção, procurando responder ao *mass communication research* desenvolvido no Centro de Investigação em Leicester, que pressupunha uma transmissão não problemática de significados entre fonte e destinatário. Na perspectiva do *communication research*, o emissor reveste significantes de significados, sendo estes últimos facilmente compreendidos e descodificados pelo receptor. Em vez de pressupor que os significados são inerentes a qualquer texto, Hall considerava-os como construídos no ponto de intersecção entre texto e leitor, insurgindo-se contra o conceito de públicos cujos elementos corresponderiam a consumidores passivos de cultura de massa. Hall enfatiza não existir nada de natural em qualquer tipo de comunicação: as mensagens têm de ser construídas antes de poderem ser enviadas. E tal como a construção de mensagem consiste num evento activo e social, também o é o momento da sua recepção. Nesta medida, nem sempre ocorre um encaixe perfeito entre a forma como os produtores imaginam que a mensagem seja interpretada pela audiência e o modo como esta é efectivamente interpretada pelos elementos heterogéneos que constituem a audiência. Contudo, apesar das mensagens televisivas estarem sujeitas a leituras distintas consoante a proveniência do espectador, não deixam de ser compostas por um conjunto de códigos convencionados que apreendemos como naturais e que, por conseguinte, são provavelmente descodificados de acordo com as intenções do produtor que codifica a mensagem. Assim, embora a mensagem televisiva seja polissémica, não é totalmente pluralista pois existem limites à abertura dos significados atribuíveis a uma mensagem na tentativa de se a descodificar. Por outras palavras, se os significados não são inteiramente predeterminados por códigos culturais, são fabricados no interior de um sistema dominado por códigos socialmente aceites.

Hall realça o facto de os significados hegemónicos não nos serem impostos, mas antes veiculados como leituras preferenciais. Leitores provenientes de grupos sociais que não concordam com tais significados dominantes podem assim resistir as leituras hegemónicas preferenciais nas suas próprias

⁵ Para Appadurai, os *mediascapes* consistem em “perspectivas” localizadas de narrativas e imagens mediáticas em fluxo permanente, alimentando a fantasia acerca de outras vivências ao mesmo tempo que são sempre contextualmente interpretadas. (Appadurai, 2004)

interpretações das mensagens televisivas. Na perspectiva de Hall, os significados dominantes não nos são impostos unilateralmente, mas antes através de técnicas mediáticas destinadas a reforçar, sedimentar e legitimar a descodificação de um evento dentro dos limites das definições dominantes mediante as quais esse evento adquiriu significação conotativa. Quer isto dizer que nem todos os códigos conotativos usufruem do mesmo estatuto numa determinada cultura. Qualquer cultura procura delinear mapeamentos relativos à ordem social, económica e política, mapeamentos esses que não são unívocos nem incontestados. O processo de codificação consiste na tentativa de definição dos parâmetros dentro dos quais a descodificação pode realizar-se.

Hall afirma que o processo de descodificação pode ocorrer de três modos distintos: a leitura preferencial, a posição negociada e a posição de oposição. Na leitura preferencial, o espectador limita-se a descodificar a mensagem através do código de referência utilizado para a codificar. Tal procedimento raramente ocorre na prática, sendo que a maior parte dos espectadores produz leituras “negociadas”, aceitando teoricamente a leitura preferencial hegemónica, mas procurando uma interpretação mais consentânea com as especificidades locais. A leitura de oposição ocorre quando se descodifica a mensagem utilizando-se um código de referência alternativo ao código com base no qual a mensagem foi originalmente codificada.

A negociação de estereótipos étnicos

Os pressupostos de Hall ajudam a esclarecer o modo como as imigrantes brasileiras negociam os noticiários televisivos que focam a mulher brasileira como estando primordialmente envolvida em actividades de prostituição em Portugal. Atendendo ao facto de os significados dominantes serem veiculados através de técnicas que se destinam a reforçar um mapeamento conotativo particular, Willy Filho analisou a construção imagética da mulher brasileira em reportagens da TVI sobre prostituição e tráfico de mulheres. Segundo Filho, na sua representação de “casas de diversão nocturna” as peças pautam-se pela utilização de “contrastes cromáticos” de modo a criar uma “dinâmica de luz e sombra” (Villafañe, 1992: 118-19 *apud* Filho, 2006: 134) e “tonalidades de azul que conferem uma certa granulação à imagem”, sem alguma vez referir o local preciso onde a reportagem se desenrola. Filho aponta ainda “a articulação “não-sincronizada” de música, em *background*, sempre a cobrir cenas que mostram mulheres a dançar sobre o que se presume ser um palco” (Filho, 2006: 134), música essa que, independentemente do estilo, tem como objectivo chamar a atenção para as cenas de *strip*. Testemunha-se assim como os produtores televisivos recorrem à utilização de cores, texturas, música, de modo a legitimar a descodificação das imagens transmitidas dentro de um enquadramento que faz corresponder *stripper* a brasileira, isto apesar de não se saber ao certo se as *strippers* em questão são realmente brasileiras ou não. A uniformização na representação de “casas de diversão nocturna” e de *strippers* vem ilustrar a operação de metonímia, tomando-se a parte pelo todo: segundo a lógica metonímica, uma casa de diversão nocturna é representativa dos locais de trabalho que recrutam brasileiras, tal como uma *stripper* simboliza a actividade profissional por excelência das brasileiras.

A leitura preferencial das peças televisivas é negociada pelas imigrantes brasileiras em contextos de interacção localizados, tais como situações laborais ou de sociabilidade. Nessas circunstâncias, as entrevistadas deparam-se frequentemente com atitudes que radicam em imagens

mediáticas erotizadas, pelo que procuram combater esses estereótipos mediante a adopção de um comportamento contido.

[...] No Brasil se convive de uma forma mais descontraída, há menos preconceito, e aqui temos que ter uma postura totalmente diferente. E eu adoptei esta postura, mudei na íntegra. (Entrevista in Ferin, 2006: 19)

A negociação também pode acarretar uma “reinterpretação” do significado conotativo das imagens de prostituição ao reenquadrá-las numa narrativa de discriminação que aponta a interferência dos estereótipos no quotidiano das imigrantes.

[...] sendo operadora de caixa eu estou sempre à frente de tudo. E tem muita gente que vem ter comigo, para fazer trocas, e sempre que ouvem a minha voz, mesmo no micro [microfone], já chegou de algumas mulheres darem um beliscão no marido. Por ser uma brasileira que está ali, estás a ver? Inclusive, muitos comentam na fila sobre o caso das brasileiras, e isso interfere, de alguma forma, comigo. (Entrevista in Ferin, 2006: 22)

As narrativas de discriminação estão associadas ao receio de um aumento de competitividade laboral, servindo os estereótipos o propósito de desvalorizar potencial concorrência.

No começo que eu vim cá, sim. As pessoas tinham uma certa distância por talvez pensar ... bom... [...] Então ... elas mesmo no começo falavam: “Júlia, é mesmo assim, porque a impressão que tínhamos era outra; agora conhecemos você e vimos a diferença”. No começo foi um bocadinho difícil. Depois que passaram a me conhecer melhor então, souberam separar isso. (Entrevista in Valdigem, 2006: 12)

Como salienta Valdigem, ao enfatizar a distinção entre si própria e o estereótipo das brasileiras, esta entrevistada adopta uma estratégia de “desetnicização” com o objectivo de “melhor se integrar no contexto local de inserção”. (Valdigem, 2006: 68) No entanto, há outras imigrantes que assumem alguns traços essencialistas da sua “subjectividade étnica” como uma mais-valia na área laboral, interpretando a discriminação à luz dos próprios estereótipos – desta feita, positivos – dos brasileiros.

[...] Tem gente e gente, por exemplo, tem pessoas que gostam de contratar brasileiros por causa do ambiente de trabalho [...] os brasileiros são bem alto astral! ... São mais simpáticos, são mais calorosos, são tudo de bom e tem gente que já não gosta por causa disso tudo [...] (Entrevista in Ferin, 2006: 17)

As imagens estereotipadas de brasileiros também são alvo de leituras de oposição, interpretando-se as mensagens mediáticas de forma alternativa ao mapeamento conotativo preferencial.

[...] a partir do momento que têm brasileiras nisso, têm também portuguesas, africanas, mulheres de todos os países. Só que a mulher brasileira tem aquela coisa: são mais bonitas, mais provocantes, mais comunicativas, sabem falar melhor. Então é isso o que destaca a mulher brasileira, não é por ela ser mais depravada do que a outra. (Entrevista in Ferin, 2006: 22)

Aqui, a entrevistada descodifica a imagem que faz equiparar “brasileira” a “prostituta”, recorrendo a um código de referência alternativo ao código de codificação original, pois desvincula a actividade de prostituição de qualquer traço de subjectividade étnica. Segundo esta lógica, embora haja prostitutas de todas as raças e nacionalidades, a mulher brasileira, devido às suas qualidades “essencialistas”, isto é, “etnicizadas”, nomeadamente a beleza, a sensualidade e a capacidade comunicativa, torna-se potencialmente mais atractiva do que as outras.

As imagens da telenovela *Senhora do Destino* são também alvo de uma leitura oposicional por parte de uma entrevistada que as considera pouco representativas da “realidade” brasileira. Para Valdigem, tal interpretação “visa a manutenção dos laços afectivos com a terra natal”, pois reforça o seu sentimento de “pertença” a uma comunidade imaginada⁶ e reinventada de “mulheres imigrantes brasileiras em diáspora”. (2006: 73-74) Assim, ao distanciar-se das imagens da novela brasileira, a entrevistada enfatiza a divisão entre subjectividades étnica e autóctone, distinguindo-se esta última pela incapacidade de distinguir entre “ficção e realidade”.

A negociação de estereótipos de género

O mapeamento conotativo predominante nos artigos de imprensa portugueses em que a mulher surge como sujeito e objecto de notícia é o do exercício do poder nos domínios público e privado. Enquanto as mulheres aparecem na esfera pública envolvidas em actividades políticas ou no mundo cintilante do *show-biz*, é-lhes frequentemente realçado o papel da maternidade na esfera privada. A capacidade de manobrar o poder atravessa a dicotomia público/privado, sendo as mulheres vistas, em ambas as esferas, como exercendo influência e autoridade. Em cargos políticos são frequentemente representadas como “guerreiras femininas” ou “damas de ferro” com características masculinas, e no mundo cor-de-rosa do *jet-set* são associadas a uma incansável promoção de causas, associação essa que pode conduzir à inferência de que o significante beleza conota a bondade e modelos a seguir.

No papel de mães, as mulheres são compartimentadas sob quatro principais categorias: mãe-coragem, mãe-orgulhosa, mãe-homicida e mãe negligente. (Martins, 2006) A representação da maternidade na imprensa popular portuguesa está pejada de juízos normativos de aprovação e condenação, contrariamente à representação da mulher na esfera pública onde os juízos de valor são mais subtis. Segundo Martins, os estereótipos de maternidade estão intimamente articulados com noções de normalidade e de desvio familiar preconcebidas, sendo a disfunção familiar apontada como factor justificativo por excelência de acções e comportamento desviantes. A família é assim defendida na imprensa popular sob a forma de uma união convencional e estável em que a mulher tem um papel crucial como mãe e educadora. A ausência desse contexto estabilizador explica, por si só, quaisquer actos desviantes praticados por crianças e adolescentes.

Confrontadas com artigos de imprensa relativos à possibilidade de casais lésbicos virem a ser mães, as entrevistadas negociaram a leitura preferencial de modo diferente consoante o contexto que as rodeava. O primeiro grupo de foco entrevistado era composto apenas por mulheres; na

⁶ Desenvolvido por Benedict Anderson, o conceito de “comunidade imaginada” alude aos elos de comunhão que se estendem horizontalmente entre os membros de um determinado grupo, elos esses que assentam num imaginário simbólico comum. (Anderson, 1983)

segunda entrevista, introduziram-se elementos do sexo masculino no grupo de modo a avaliar-se a influência destes nas opiniões anteriormente exprimidas. Na primeira entrevista, a opinião prevalecente apontava para uma leitura opositiva daquilo que as entrevistadas descreveram como atitudes jornalísticas “conservadoras” em relação à possibilidade de adopção ou tutela parental por parte de casais homossexuais ou lésbicos.

Uma criança precisa para além de ser alimentada e de ter formação escolar de amor e de carinho. Se um casal de lésbicas está disposto a ter essa responsabilidade concordo com a adopção. (Cristina, 38 anos, Engenheira Civil)

Porque não? Embora considere útil ou saudável a presença de um homem na vida de uma criança, essas referências masculinas podem ser adquiridas ou por uma base sólida de educação dada pelas duas “mães” ou por alguém próximo do casal. Ninguém deve ser impedido de ter uma criança que se ama por perto. (Sandra, 32 anos, Professora)

Podem ter a tutela dos filhos como uma mãe normal, o importante é serem boas mães! (Graça, 38 anos, Médica)

Apesar de se distanciarem do paralelismo, estabelecido amiúde nos media portugueses, entre uma vida familiar não-convencional e crianças disfuncionais, as entrevistadas moderaram as suas opiniões numa segunda entrevista de grupo em que homens também estiveram presentes:

Não concordo com a adopção de crianças por um casal de lésbicas porque faz sempre falta a imagem maternal e paternal. (Marco, 32 anos, fisioterapeuta)

Depende do tipo de relação que têm. Talvez possam ser mais eficazes a educar uma criança. Mas acho que é uma situação diferente daquela em que se tem um pai e uma mãe. (Cristina 38 anos, Engenheira Civil)

Continuo a achar que é necessário tentar dar-lhe uma imagem familiar normal, só depois então pensar na possibilidade de adopção por homossexuais. (Graça, 38 anos, Médica)

Ao discutir-se a questão da representação da maternidade na imprensa num contexto de presença masculina, Cristina e Graça aderem a um mapeamento conotativo preferencial que associa crianças psicologicamente saudáveis à heterossexualidade parental. Ao distanciarem-se do seu discurso anterior sobre o tema, adoptam uma estratégia de “tradicionalismo” com o objectivo de se integrarem pacificamente no seu contexto de interacção local. A Sandra, porém, reinterpreta o seu posicionamento anterior à luz de uma inversão dos estereótipos prevalecentes, de modo a desvalorizar o papel do sexo biológico numa relação parental tradicional, baseada na dicotomia masculino/feminino. Ao opor-se a estereótipos biológicos de masculinidade e feminilidade, ela consegue simultaneamente salvaguardar estereótipos parentais positivos baseados na polaridade feminino/masculino.

Os pais têm todas vivências diferentes, transmitindo coisas diferentes aos filhos, independentemente das experiências. O mesmo se passa com as mulheres. Temos de avaliar as capacidades de cada um, e por vezes num casal uma mulher pode ter um papel mais masculino e o homem mais feminino. (Sandra, 32 anos, Professora)

A negociação pode também implicar um reenquadramento do significado conotativo da maternidade ao se o contextualizar numa narrativa de experiência pessoal. Sofia, que se manteve

relativamente silenciosa na primeira entrevista, defendeu firmemente as opiniões articuladas previamente pelo grupo de foco. Ao projectar a sua própria experiência numa narrativa de discriminação contra a homossexualidade, a Sofia efectua uma leitura opositiva das mensagens mediáticas, aplicando um código alternativo à conotação preferencial. Podemos assim considerar que ela adopta uma estratégia opositiva à “integração” no seio do grupo.

É um problema social, é preconceito. Quando eu era criança, era apontada na escola por não ser baptizada, eu vivi com esse preconceito e cresci com isso. (Sofia, 27 anos, Artista)

Mas isso é no passado. (Gustavo, 25 anos, Engenheiro Florestal)

Exactamente, hoje ninguém liga a isso. Também daqui a uns anos quando for “normal”, ninguém irá ligar se os pais são ou não homossexuais. (Sofia, 27 anos, Artista)

Ao enfatizar a distinção entre a sua posição e a de outras mulheres no grupo, Sofia pode estar a seguir uma estratégia de “desfeminização” com o objectivo de chamar a atenção para si própria através de uma assertividade que contrasta com o seu silêncio prévio quando entrevistada apenas entre mulheres. Ao se distanciar dos estereótipos de feminilidade, Sofia simultaneamente reafirma a validade destes últimos dado o reforço da distinção entre subjectividades feminina e masculina, sendo a feminilidade caracterizada, nesta perspectiva, por uma excessiva preocupação com a integração através da interacção.

A viragem feminista

Na genealogia que se pretende aqui efectuar dos estudos de recepção, há que agora focar outra instância de ruptura que influenciou a forma como hoje encaramos a cultura dos media, nomeadamente o entrelaçamento do feminismo com a teoria dos usos e gratificações.⁷ A investigação etnográfica realizada por Janice Radway foi aqui crucial, pois procurou contrapor o estudo do consumo de obras literárias populares à análise formalista das estruturas narrativas de textos canónicos. A investigação efectuada por Radway em *Reading the Romance*, publicado em 1984, marca assim um momento crucial no *new audience research*, isto é, nos estudos de recepção norte-americanos. Optando por focar as leitoras de ficção romântica oriundas de Smithton, uma pequena localidade norte-americana do Midwest, Radway primeiro procurou explicar o fascínio que as leitoras sentiam pela ficção romântica através da análise de pormenores narrativos.⁸ No entanto,

⁷ Originalmente formulada por Blumler e Katz, a teoria dos usos e gratificações procurou afastar-se da temática dos efeitos dos media, incidindo antes sobre o modo com as audiências utilizavam os media de modo a satisfazer necessidades individuais. (Katz *et al.*, 1995 [1974]).

⁸ Recorrendo a uma metodologia de análise inspirada em Vladimir Propp, Radway iniciou a sua pesquisa com uma análise textual das narrativas de romances populares, concluindo que estes exibem, na sua generalidade, a mesma estrutura narrativa: uma situação inicial de tensão; uma intervenção intermédia que põe em marcha a transformação final; uma conclusão que resolve a tensão inicial. Tipicamente, a heroína encontra-se numa conjuntura que pouco tem a ver com o seu passado, originalmente feliz e confortável; posteriormente, trava conhecimento com um cavalheiro aristocrático cujos avanços rejeita, por suspeitar que este apenas nutre por ela um interesse sexual; numa fase intermédia, surge um obstáculo que resulta numa separação física da heroína e do herói. Tal possibilita uma inversão da rejeição inicial do herói por parte da heroína. Nessa altura, o herói pode demonstrar uma ternura que facilita uma reinterpretação do seu comportamento inicial. Por fim, o herói declara o seu amor pela heroína, o que conduz à reconciliação dos dois.

rapidamente concluiu que a principal atracção dos romances não residia nas narrativas mas antes no prazer decorrente do próprio acto de leitura.

Radway enfatiza a importância de se distinguir entre a narrativa interior ao texto e os significados que são atribuídos ao texto por parte das leitoras no acto de consumo de obras de ficção romântica. Em primeiro lugar, a leitura de romances oferece um escape temporário às actividades domésticas, sendo a maior parte dessas leitoras provenientes de contextos familiares em que as tarefas domésticas constituem um domínio feminino por excelência. Em segundo lugar, as heroínas favoritas das leitoras são habitualmente descritas como “independentes” e “inteligentes”, tendo Radway concluído que estas seriam qualidades que as leitoras consideravam atrair o sexo masculino. Assim, a ficção encorajou as mulheres a acreditar que o casamento e a maternidade não conduziam necessariamente a uma perda de independência nem de identidade. O acto de leitura revelou-se iminentemente combativo e compensador.

Através do estudo de Radway, podemos então constatar o seguinte: embora a estrutura narrativa da ficção romântica seja conservadora e patriarcal, as leitoras desenvolvem interpretações oposicionais que as ajudam a lidar com a natureza sexuada do poder no seu dia a dia. De modo semelhante, as brasileiras entrevistadas desenvolvem leituras alternativas por forma a mitigarem o poder sexuada no seu quotidiano. Ao afirmarem que a situação actual melhorou relativamente ao passado, verificando-se a existência de menos reportagens televisivas que associam imigrantes brasileiras à temática da prostituição, as imigrantes entrevistadas estão a criar estratégias de defesa que lhes permitem distanciar-se de estereótipos incómodos.

Quando eu cheguei aqui, há cinco anos atrás, todas as mulheres brasileiras eram tratadas como “prostitutas” e os maridos como “chulos” – sempre era isso. Agora já não há tanta discriminação em relação a isso. As pessoas vêem a brasileira como um cidadão normal que trabalha e coisa assim. (Entrevista in Ferin, 2006: 23)

A dicotomia temporal delineada em torno de um “passado” e um “presente” estrutura o conceito de discriminação, reconhecido por parte dessas imigrantes como algo pontual e circunstancial.

De modo semelhante, quando confrontadas com artigos de imprensa defendendo a introdução de um sistema de quotas destinado a reforçar a participação feminina na política, as entrevistadas portuguesas efectuam uma leitura marcadamente opositiva apesar de se terem anteriormente manifestado a favor de um maior número de mulheres no parlamento e no governo.

É idiota a questão das cotas. Se fossemos a ver por outra perspectiva, deviam existir cotas para as educadoras de infância, já que a maior percentagem são mulheres! Porque não 50% masculina e 50% feminina e o mesmo para as enfermeiras? (Sandra, 32 anos, Professora)

As quotas não fazem sentido porque, nos dias que correm, os papéis convencionais deixaram de ter importância [...] o homem faz bricolagem e a mulher passa a ferro, mas quem diz que cada um não desempenha as mesmas tarefas tão bem como o outro?! Na realidade alguns casais dos nossos dias já não têm essa convenção. Ambos fazem as mesmas tarefas de igual forma consoante as necessidades, formam uma equipa. Mas às vezes é uma questão de eficácia. É mais eficaz ser eu a cozinhar do que o meu marido! Não é só uma questão de convenção, é uma questão de apetências. (Cristina, 38 anos, Engenheira Civil)

Ao apontar o sistema de quotas como intrinsecamente paternalista, as entrevistadas aderem a interpretações opositivas numa tentativa de lidar com o poder sexuado da vida quotidiana. Elas insinuam, nas entrelinhas, que o tratamento especial seria despiendo devido à igualdade de géneros na actualidade. O discurso da igualdade manifesta-se assim como uma estratégia de defesa que permite às entrevistadas distanciarem-se de estereótipos de fragilidade feminina com os quais se sentem desconfortáveis. De forma similar às imigrantes brasileiras, as entrevistadas portuguesas definem uma dicotomia temporal entre um “passado” em que a igualdade de género era inexistente e um “presente” em que a paridade completa dispensa qualquer necessidade de implementação de medidas vocacionadas para promover uma igualdade “artificial”. Ressalta-se, no entanto, que a visão de igualdade da entrevistada Cristina se pauta por diversas contradições, tendo como base a alegação de que as mulheres manifestam determinadas “apetências” essencialistas que as tornam particularmente eficientes na realização de actividades domésticas.

Tal como Radway, Ien Ang também se debruçou sobre o público feminino na sua análise de recepção à telenovela *Dallas* em *Watching Dallas* (1985). A investigação de Ang fundamentou-se em 42 cartas recebidas de espectadores regulares desta novela, em resposta a um anúncio que ela colocou numa revista. Embora alguns dos redactores das cartas fossem hostis ao programa, seguiam-no com regularidade. Ang procura responder à seguinte questão: se o prazer popular consiste, antes de mais, no prazer de reconhecimento, isto é, na capacidade de nos identificarmos com um objecto de prazer e de o integrarmos no quotidiano, então quais as características de *Dallas* que constituem objecto de identificação e reconhecimento por parte dos espectadores?

Segundo Ang, a maior parte dos espectadores de *Dallas* não considera que a novela seja realista ao nível denotativo. No entanto, ao nível conotativo, as personagens, as relações e as situações representadas são lidas como inteiramente reconhecíveis. Ang conclui assim que o realismo da experiência de *Dallas* não se situa ao nível cognitivo, mas antes ao nível emocional: por outras palavras, aquilo que se reconhece como autêntico não é a transmissão de uma realidade social objectiva, mas antes uma experiência subjectiva do mundo, isto é, uma “estrutura de sentimento”.⁹

Nesta perspectiva, a existência de “empatia” entre audiências e produto televisivo fica a dever-se menos ao realismo denotativo do que a uma “estrutura de sentimento” comum, no caso das telenovelas brasileiras, à comunidade luso-brasileira. Os processos de identificação no visionamento de programas televisivos são de crucial importância para qualquer discussão centrada em torno do consumo dos media pelas mulheres. Geraghty, por exemplo, coloca a seguinte questão: qual a razão por que as mulheres tendem a identificar-se projectivamente com determinados personagens femininos ou com cenas reconhecíveis do quotidiano? (Geraghty, 1996: 313) Existem duas vertentes, uma da teoria cinematográfica, outra da teoria televisiva, que procuram responder a esta pergunta.

Enquanto Mulvey (1975), aplicando uma semiótica psicanalítica aos textos cinematográficos, sugeria que estes últimos conduziam a mulher a identificar-se de forma masoquista com o protagonista masculino, vendo-se a si própria enquanto objecto através do olhar masculino, outros autores, como Ang (1985), afirmavam que mesmo as representações negativas da mulher e das suas experiências poderiam consistir numa “fonte de identificação e de prazer”. Esta última situação ocorreria devido ao facto de as espectadoras se aperceberem, implicitamente, da pressão do “real” sobre “subjectividades, desejos e ambições” (Ang, 1990: 86 *apud* Geraghty, 1996: 316). Embora

⁹ O conceito de “estrutura de sentimento” radica no “materialismo cultural” de Raymond Williams, referindo-se à experiência vivida do quotidiano por oposição às crenças ideológicas sistematizadas que caracterizam uma determinada época. (Williams, 1988 [1977]).

seja difícil afirmar que as imigrantes brasileiras tivessem retirado satisfação das peças noticiosas que representavam as suas congéneres como prostitutas, aquelas imagens serviram para definir uma “subjectividade étnica de género” contra a qual as imigrantes se viriam a identificar.

O ponto-chave [dos noticiários] ainda acaba sendo a prostituição, é o que marca mais na parte negativa. Não é? Mas existem, de facto, muitos brasileiros que venceram aqui. Têm muitos empresários brasileiros que já venceram aqui, inclusive chefes de lojas [...] essas brasileiras que vem para cá, estão estragando a imagem das outras, que são honestas, que ralam, trabalham ... (Entrevistas em Ferin, 2006: 22)

No entanto, as entrevistadas estão implicitamente cientes da grande narrativa de “trajectória de vida” subjacente a cada história individual e parcelar de imigração brasileira em Portugal, prendendo-se aquela com o melhoramento de condições de vida relativamente ao contexto brasileiro. Assim, em conformidade com os resultados obtidos por Ang no seu estudo de recepção à telenovela *Dallas*, também as espectadoras de peças noticiosas que associem brasileiras à actividade da prostituição podem ganhar consciência, do ponto de vista conotativo, de uma “estrutura de sentimento” que subjaz à situação de imigração, estando esta relacionada com a imposição de condicionamentos económicos a “subjectividades, desejos e ambições”.

Conclusão

Os dois estudos de recepção apresentados permitem demonstrar a valência de um modelo mediático multidimensional (Morley, 1999) que pressupõe questões ideológicas de condicionamento de conteúdos ao mesmo tempo que atende à polissemia das mensagens transmitidas. Os principais momentos de viragem aqui traçados no âmbito de uma genealogia dos estudos de recepção são aqueles em que a relação dominante entre poder e saber se torna particularmente visível, abrindo caminho a redefinições dessa mesma relação.

Ao analisar os processos complexos inerentes à codificação e descodificação de mensagens, o ensaio de Hall teve o mérito de apontar os textos mediáticos como instâncias particulares em que as estruturas sociais e políticas predominantes se tornavam visíveis através das leituras divergentes dos espectadores. Hall insurge-se assim contra a hegemonia do *mass communication research*, corrente essa que se centrava apenas nos efeitos unilaterais dos media; podemos interpretar o posicionamento de Hall como uma leitura de oposição relativamente à tendência positivista norte-americana que prevalecia na década de 70.

A investigação de Radway marca um distanciamento da semiótica, isto é, da análise da estrutura narrativa de textos, e uma aproximação de metodologias etnográficas na análise do consumo de textos mediáticos no âmbito das ciências da comunicação em contextos anglo-saxónicos. Esta autora realça a polissemia textual, apenas na medida em que fornece uma arma emancipatória à leitora comum de ficção popular romântica. O estudo do modo como a cultura popular é utilizada no quotidiano para satisfazer necessidades subjectivas assinala assim uma veia democratizante nos estudos culturais.

Por último, ao enfatizar que a novela *Dallas* é percebida como realista pelos espectadores apenas ao nível das emoções, Ang também se afasta de uma análise da estrutura narrativa da novela, focando a interacção de texto mediático e espectador. Em grande parte destas

investigações, especialmente nas mais recentes, constatamos que os espectadores deixam de ser considerados consumidores passivos e cegamente manipulados, passando antes a adquirir o estatuto de intervenientes activos na reinscrição de textos mediáticos. Não admira que no seu impulso pluralista, os estudos de recepção tenham sido fortemente impulsionados por autoras feministas, pois a teoria feminista traduziu uma vontade de desconstruir e redefinir as estruturas sociais e políticas do poder vigente. Na actualidade, a cultura dos media de que nos fala Alasuutari atende à multidimensionalidade mediática, comportando todas as vertentes atrás referidas. No entanto, atendendo aos crescentes fluxos migratórios e à acentuação de diferenças económicas entre os hemisférios Norte e Sul, a cultura dos media consiste antes de mais num *mediascape* responsável pela divulgação de novos estilos e padrões de vida, divulgação essa que é indissociável de uma nova conceptualização da “imaginação” – deixando esta de estar associada à alienação marxista¹⁰ – e da promoção de uma maior fluidez nas trajectórias de vida.

No primeiro projecto de investigação analisado, os novos percursos de vida reavivam uma “comunidade imaginada” luso-brasileira que se afirma quer em torno de factores culturais comuns, quer à volta de mitos coloniais. Se numa primeira instância as brasileiras escolhem Portugal como destino dado um legado cultural comum, elas, enquanto imigrantes, são alvo do “mito da mulher dos trópicos, disponível e sensual e acentuando a nostalgia de um passado português grandioso” e a sua terra natal enquadra-se dentro do “imaginário colonial maravilhoso da Terra Brasilis”. (Ferin, 2006: 27) Assim, este imaginário colonial português manifesta-se como polissémico, sendo-lhe atribuído significados de integração como também de discriminação.

O segundo projecto de investigação aponta a redefinição de papéis de género na imprensa como reavivando estereótipos tradicionais da feminilidade. Tais processos de identificação com estereótipos existentes tornam-se particularmente visíveis em contextos de interacção entre mulheres e homens. Apesar de revelarem atitudes pretensamente feministas quando sozinhas, as entrevistadas reenquadram as suas interpretações num segundo momento, recorrendo a um discurso de igualdade superficialmente pró-feminista para se oporem à implementação de medidas políticas feministas. Tal como o imaginário colonial português, também a definição da identidade feminina se manifesta como polissémica, conotando simultaneamente a afirmação de autonomia e a necessidade de legitimação social.

Em ambos os projectos, o discurso dos media medeia estes dois pólos, interferindo na interacção quotidiana dos actores sociais. No entanto, cada entrevistada negoceia os estereótipos, ora concordando com a sociedade dominante, ora procedendo a leituras de oposição, em gestos que correspondem a uma redefinição identitária que, embora impulsionada pela imaginação na sua génese, não deixa de ser fortemente condicionada pelo imperativo do Real.

Bibliografia

Alasuutari, P., (1999) “Introduction: Three Phases of Media Studies”, in Alasuutari (org.) *Rethinking the Audience: The New Agenda*, Sage, London, pp.1-21.

¹⁰ Appadurai sugere que ao fomentar novas possibilidades “desterritorializadas”, os media servem como propulsores de um novo accionismo, que assenta na imaginação enquanto “prática social” estruturante de novas formas de sociabilidade e de trabalho. (Appadurai, 2004)

- Alasuutari, P., (1999) "Cultural Images of the Media", in Alasuutari (org.) *Rethinking the Audience: The New Agenda*, Sage, London, pp. 86-104.
- Anderson, B., (1983) *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Verso, London.
- Ang, I., (1985) *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Methuen, London.
- Ang, I., (1990) "Melodramatic Identifications: Television Fiction and Women's Fantasy", in M.E. Brown (org.) *Television and Women's Culture*, Sage, London.
- Appadurai, A., (2004) *Dimensões Culturais da Globalização*, trad. Telma Costa, Teorema, Lisboa.
- Casa do Brasil (2004) "A 2ª Vaga de Imigração Brasileira para Portugal (1998-2003): Estudo de Opinião a Imigrantes Residentes nos Distritos de Lisboa e Setúbal", (www.casadobrasildelisaboa.rcts.pt/arq-artigos/pesquisa_brasileiros.doc).
- Ferin, I., (2004) "Da Telenovela à Prostituição", *Mídia & Jornalismo – As Mulheres e os Mídia*, 5 (2), Edições Minerva, Coimbra, pp. 63-80.
- Ferin, I., (2005) "Mundos Imaginados: As Brasileiras e os Mídia em Portugal", *paper* apresentado no âmbito do Núcleo de Pesquisa de Comunicação e Culturas Urbanas do XXVIII Congresso de Ciências da Comunicação da INTERCOM, Rio de Janeiro: Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Setembro 2005.
- Ferin, I., (2006) "Mídia e Imaginários: Estratégias de Apropriação de Conteúdos pelas Brasileiras em Portugal", *Mídia & Jornalismo* nº 8, Edições Minerva, Coimbra, pp. 7-33.
- Filho, W.S., (2006) "Técnicas de Construção no Jornalismo Televisivo Português: A Mulher Brasileira", *Mídia & Jornalismo* nº 8, Edições Minerva, Coimbra, pp. 101-36.
- Geraghty, C., (1996) "Feminism and Media Consumption", in James Curran, David Morley, Valerie Walkerdine (org.), *Cultural Studies and Communications*, Arnold, London, pp. 306-22.
- Hall, S., (1984) "Encoding/Decoding in Television Discourse", in Hall *et al.* (org.) *Culture, Media, Language*, Routledge, London, pp. 128-38.
- Hall, S., (2000 [1992]) "O Legado Teórico dos Estudos Culturais", trad. Cláudia Álvares, in José Bragança de Miranda *et al.* (org.) *Revista de Comunicação e Linguagens* nº 28, Relógio d'Água, Lisboa, pp. 65-81.
- Katz, E., *et al.* (1995 [1974]) "Utilisation of Mass Communication by the Individual", in Oliver Boyd-Barrett *et al.* (org.) *Approaches to Media: A Reader*, Arnold, London, pp. 164-73.
- Machado, I.J., (2004) "Imigrantes Brasileiros no Porto", *Lusotopie* 2004, Centre d'Étude d'Afrique Noire, Paris, pp. 121-140.
- Martins, C., (2006) "A Representação do Feminino na Imprensa Portuguesa", *paper* apresentado no âmbito do Seminário Internacional Mídia, Jornalismo e Democracia do CIMJ, Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa, Novembro 2006.
- Morley, D., (1999) "'To Boldly Go...': The 'Third Generation of Reception Studies'", in Alasuutari (org.) *Rethinking the Audience: The New Agenda*, Sage, London, pp. 195-205.
- Mulvey, L., (1989 [1975]) "Visual Pleasure and the Narrative Cinema", in *Visual and Other Pleasures*, Indiana University Press, Bloomington.
- Padilla, B., (2005) "Integration of Brazilian Immigrants in Portuguese Society: Problems and Possibilities", *SOCIUS Working Papers* nº01/05, SOCIUS/ISEG, Lisboa, pp. 1-19.
- Padilla, B., (2005) "Redes Sociales de los Brasileños Recién Llegados a Portugal – Solidaridad Étnica o Empatía Étnica?", *SOCIUS Working Papers* nº002/05, SOCIUS/ISEG, Lisboa, pp. 1-16.
- Peixoto, J., (2004) "As Teorias Explicativas das Migrações: Teorias Micro e Macrosociológicas", *SOCIUS Working Papers* nº11/04, SOCIUS/ISEG, Lisboa, pp. 1-36.
- Radway, J., (1987 [1984]) *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*, Verso, London.
- Valdigem, C., (2006) "Usos dos Mídia e Identidade: Brasileiras num Salão de Beleza", in *Mídia & Jornalismo* nº 8, Edições Minerva, Coimbra, pp. 55-78.
- Villafañe, J., (1992) *Introducción a la Teoría de la Imagen*, Ediciones Pirâmide, Madrid.
- Williams, R., (1988 [1977]) *Marxism and Literature*, Oxford University Press, Oxford.

**REVISITAR O PASSADO
EM *VALHA-ME DEUS*:
A AMBIVALENCIA NA REPRESENTAÇÃO
DA ALTERIDADE ÉTNICA**

A presença cada vez mais frequente de representações da alteridade étnica nos *media*, ainda que por ora limitada, tem propiciado a criação de narrativas de resistência pelas minorias. Uma das motivações deste artigo é, justamente, indagar sobre as efectivas possibilidades de fundamentar com sucesso um campo de acção política que permita uma autoformação cultural e uma mudança colectiva, numa área de representação dominada por ecrãs mediáticos penetrantes e insidiosos. Procurámos respostas para esta questão introdutória em *sketches* seleccionados da série cómica televisiva *Valha-me Deus* (*Goodness Gracious Me*, BBC, 1998-2001), escrita e representada por artistas de ascendência indiana residentes no Reino Unido. Muitos dos estudos sobre comédias de temática étnica, ao abordar *sketches* humorísticos, têm-se centrado no embate e consequente negociação de heranças culturais, recorrendo, quase invariavelmente, à análise da subversão ou reafirmação de estereótipos. Porém, neste espaço, pretendemos afirmar a existência de uma abordagem alternativa a tais pontos de vista críticos, observando esta comédia de situação de um ângulo distinto, enquanto um texto ambivalente, integrado na indústria britânica dos *media*, através da lógica do hibridismo cultural e do cosmopolitismo.

Goodness Gracious Me, série transmitida em Portugal na RTP2 com o título *Valha-me Deus*, inclui-se num corpus de produções cinematográficas e televisivas com origem na diáspora indiana, conjunto cada vez mais visível

Ana Cristina Mendes

Doutoranda na Universidade de Lisboa

nas indústrias culturais, tanto no Reino Unido como a nível internacional, em resultado do “renascimento anglo-asiático” (Luckett 403) iniciado na década de 90 do século XX. Tendo chegado em primeiro lugar à *BBC Radio 4* em 1996, a exibição daquele programa cómico prolongou-se ao longo de três séries bem sucedidas, exibidas entre 1998 e 2001 na *BBC Two*, em resposta a uma reestruturação da *BBC* que pretendia atrair mercados mais diversificados. Como refere Moya Luckett,

the show's form, content, and popularity point to a significant change in the organization of terrestrial broadcast British television It represents a move away from predominantly racially conceived programming for "minorities," with its concomitant focus on racial specificity, to genres designed to concentrate more specifically on diaspora and its experiences. (402)

Para além disso, de acordo com Andra Leuridijk,

[t]he popularity of Goodness Gracious Me indicates that multicultural programming in Britain has developed from "ghetto" programming to a new type of programming which is valued by majority and minority audiences alike. This is a remarkable achievement because multicultural programming in many European countries is considered as ghetto programming with little audience appeal. (25-26)

Na verdade, o programa de *sketches* cómicos, afastando-se do seu nicho original de mercado e procurando atingir um público não-indiano, rapidamente obteve um estatuto de culto no Reino Unido, bem como um sucesso comercial apreciável, tendo a primeira série alcançado uma audiência não-indiana estimada em mais de 80 por cento (Malik 102-103). Meera Syal, uma das artistas mais versáteis da comédia, não ficou surpreendida com aqueles números: “*I suppose that would make sense because only five per cent of the population is Asian. But I hope people now see it as a comedy show rather than an Asian comedy show*” (Gould 15, *italico* nosso). Neste sentido, Alison Donnell escreveu: “[w]hen the audience majority was thought to comprise Asians, *Goodness Gracious Me* was considered an “Asian comedy” yet when found to be 80 per cent white it became “mainstream” (128). *The Times*, enaltecendo o programa em 1998 como “*the oil of race relations*”, atribuiu o êxito a um multiculturalismo feliz¹ pós-imperial: “*Old Britain and its more recent immigrants are lucky. When both laugh at each other, both like each other better for doing so*” (07.01.98, citado em Malik 103). Tal sucesso, junto do público e da crítica, resultou numa tournée teatral pelo Reino Unido e na exportação da série cómica para países dentro e fora da Europa, mesmo que nunca tenha sido exibida na *BBC One*, canal televisivo com maior audiência.

Enquanto se assiste a uma tendência encorajadora de criação de um espaço mais alargado nos *media* para as minorias, a crescente visibilidade indo-britânica nestes depende da economia política das indústrias culturais, especialmente na medida em que a diferença étnica foi incorporada na *Cool Britannia* do renovado programa trabalhista *New Labour*. Sem dúvida, desde finais da década de 90 do século XX, e devido a uma exposição mediática amplificada, a produção humorística dos artistas indo-britânicos derrubou fronteiras no contexto da comédia nacional; contudo, as comédias de

¹ Esta noção é adaptada do retrato satírico desenhado por Zadie Smith, no romance *White Teeth* (2000), de uma *Cool Britannia* e da sua retórica enganadora da comunidade imigrante no Reino Unido “merrily weaving their way through Happy Multicultural Land” (398).

situação inspiradas em realidades enfrentadas pelas minorias étnicas têm sido inevitavelmente sujeitas ao processo de mercantilização sofrido por outros bens de consumo em áreas como a culinária, moda e decoração de inspiração oriental.

Se a representação fortemente mediada das minorias no pequeno ecrã britânico tem dado origem a uma crescente reivindicação do poder de se representarem a si próprias, parece que, no final, a auto-representação sem intervenção das forças do mercado é uma utopia. Ecoando as teorizações de Max Horkheimer e Theodor W. Adorno em torno da Indústria da Cultura, segundo as quais os indivíduos nela envolvidos *"belong to the industry long before it displays them, otherwise they would not be so eager to fit in"* (122), as indústrias culturais controlam inevitavelmente os bens criativos produzidos por indivíduos oriundos das margens, de modo a garantir que aqueles respondam à exigência de gerar lucro. Como comentou Jigna Desai a propósito do recente fluxo de representações performativas de hibridismo cultural, *"the burden of representation has become the spectacle of representation"* (69).

Uma das características mais perturbadoras e inquietantes da maior parte das considerações pós-modernistas do poder, não obstante a ênfase residir nas lutas pelo mesmo, é a percepção do espaço social como um mundo estritamente regulado, quase irreversivelmente moldado por representações dominantes e não susceptível a ser alguma vez abalado por qualquer oposição. Contrariando tal cenário pessimista, Giorgio Agamben oferece esperança para a resistência individual e colectiva ao enfatizar que o espectáculo *"still contains something like a positive possibility – and it is our task to use this possibility against it"* (83). Mesmo que críticos como Tariq Modood tenham questionado a representatividade de uma elite cultural indo-britânica emergente, e objectado em relação ao marketing do chamado *Asian Kool* (Modood declarou em 1999: *"I think people still think cool Asians are the exception to the rule. I think we are at a stage where people realize Asians are not all geeks, not where they think all Asians are cool"*, citado em Lockett 404), os aplausos da crítica e do público a *Valha-me Deus* constituem sinais promissores de mudança nas imagens mediáticas da alteridade étnica. Trilhámos já, sem dúvida, um longo caminho, quer desde a invisibilidade mediática das minorias, como do impudente estereotipar étnico das décadas de 60 e 70 do século XX, ilustrado num passo do romance *Anita and Me* (1996), escrito pela dramaturga, guionista, actriz e romancista Meera Syal:

According to the newspapers and television, we simply did not exist. If a brown or black face ever did appear on TV, it stopped us all in our tracks. "Daljit! Quick!" papa would call, and we would crowd round and coo over the walk-on in some detective series, some long-suffering actor in a gaudy costume with a goodness-gracious-me accent... and welcome him into our home like a long lost relative. (165)

A escolha deste excerto radica num propósito duplo. Por um lado, Syal é a co-autora, bem como artista central, de *Valha-me Deus*, pelo que as suas palavras poderão auxiliar na compreensão do projecto criativo inerente à série cómica²; para além disso, a outro nível, estas permitem-nos compreender melhor a transformação, como Mary Gillespie escreveu, de imagens de indianos cómicos (ou, mais precisamente, caucasianos enegrecidos para desempenhar indianos) em represen-

² Foi recentemente anunciado na imprensa que Syal será incluída como autora recomendada no currículo do ensino secundário em Inglaterra, enquanto representativa da tradição literária britânica ao lado de autores como Anita Desai, Benjamin Zephaniah e John Agard, em vez de escritores como WB Yeats, Anthony Trollope e Lord Byron.

tações humorísticas por cómicos de efectiva origem indiana (95). De facto, recorrendo a estratégias de intertextualidade e desconstrução, o programa televisivo recupera criticamente, mesmo que de uma forma considerada ligeira, narrativas cómicas do tempo em que artistas britânicos parodiavam personagens provenientes das minorias étnicas. Desde logo, o título do programa hibridiza uma insidiosa representação dos indianos corrente na década de 60 no Reino Unido. Na realidade, não só o título da comédia, mas também a música do genérico foram adaptados e resgatados do sucesso musical “Goodness Gracious Me”, interpretado por Peter Sellers e Sophia Loren para promover o filme cómico *The Millionairess*. Nesta película de 1960, realizada por Anthony Asquith, podemos observar um Sellers fortemente maquilhado no papel do estereotipado médico indiano Ahmed el Kabir, ao passo que Loren desempenhava a sua paciente Epifania Parerga. A completar a sua maquilhagem de carregados tons escuros, Sellers adoptou ainda uma absurda e caricatural entoação indiana naquela música, enquanto trauteava a expressão “tipicamente britânica” “goodness gracious me” (Gillespie 98).

As imitações britânicas do discurso indiano – a pronúncia *goodness-gracious-me* a que Syal se refere no trecho atrás citado de *Anita and Me* – são retomadas de forma paródica na série indo-britânica. Não só é o tema de abertura uma interpretação *bhangra* hibridizada da animada canção de *The Millionairess*, como o título provisório do programa era *Peter Sellers is Dead*, abandonado por ser considerado excessivo, mas pensado em primeiro lugar talvez porque Sellers se disfarçou, mais uma vez, de indiano na comédia filmica *The Party* (1968). Neste filme de Blake Edwards, o actor desempenhou a personagem de Hrundi V. Bakshi, um desafortunado figurante numa produção do género de *Gunga Din*, que provoca o caos ao fazer explodir o estúdio antes do início das filmagens.

Esta subversão, ou inversão, é vital para a postura crítica de *Valha-me Deus*, ainda que tal recuperar de representações estereotipadas da diferença étnica seja considerado controverso por um grupo de comentadores, dados os esforços do programa televisivo no sentido de aspirar a uma audiência *mainstream*. De facto, a equipa de cómicos não desejava alienar aquela fatia relevante do mercado e, libertando-se das grilhetas do politicamente correcto, apostou em lidar directamente com o estereotipar étnico. Como argumenta Gillespie ao discorrer sobre a série cómica, os produtores não pretendiam “the kind of show that would inspire guilt in the white audience with constant reminders of racism and the legacy of imperialism” (97). Na verdade, a autora assinala no programa uma visão de trans-etnicidade (ou “estereovisão”) por apelar em simultâneo a um público indo-britânico minoritário e, de forma ainda mais determinante, a um *mainstream*.

Para críticos como Gillespie, esta abordagem surge como exemplificativa da crescente tendência para a representação da diferença cultural de forma despolitizada e mercantilizada, como que ignorando todo um legado imperial e colonial, bem como a realidade das tensas relações raciais no Reino Unido contemporâneo, em nome da aceitação o mais abrangente possível por uma audiência *mainstream*. Neste debate crítico em torno do tom progressista ou reacçãoário do programa, Chris Weedon havia já colocado uma questão espinhosa:

When looked at from the perspective of challenging white British ethnocentrism, a key question that Goodness Gracious Me raises is the extent to which apparently progressive comedy is overdetermined by the long-standing reliance of mainstream comedy on racist stereotyping. (264)

Partindo de uma base analítica similar, Sarita Malik chama a atenção para a ambivalência nos programas cômicos, em que as representações estereotipadas são simultaneamente mobilizadas e, de acordo com os seus criadores, confrontadas e questionadas (106). Neste contexto, Malik acrescentou ainda uma outra interrogação: “*Because ... stereotypes are negotiated by Asians and deliberately subverted through visual puns, spectacle and parody, can we safely say that racist readings are not gleaned from the text?*” (103).

Apoiando-se na segunda série de episódios de *Valha-me Deus*, com um enfoque na sátira ao fascínio exercido pelo passado nos *media* visuais britânicos, o restante artigo debruça-se sobre o modo como os *sketches* contendo paródias intertextuais de *A Jóia da Coroa* (*The Jewel in the Crown*, Granada Television, 1984), programa sintomático de um certo revivalismo *Raj*, perturbam estrategicamente as características narrativas das obras *heritage*³, tais como, os sentimentos nostálgicos, a ênfase temática no cenário e as histórias fracturadas entre o momento narrado e o da enunciação. Na verdade, as alusões intertextuais ao revivalismo *Raj* em *Valha-me Deus* remontam ao programa humorístico pioneiro *Tandoori Nights* produzido pelo *Channel 4* em 1985-87 e no qual Meera Syal também participou. Esta comédia retrata a competição entre dois restaurantes, o *Jewel in the Crown* e o *The Far Pavilions*, assim designados em honra de duas populares séries televisivas dos anos 80 do século XX, adaptadas para o pequeno ecrã a partir dos romances situados no *Raj* britânico e escritos por Paul Scott e M. M. Kaye.

No terceiro episódio da segunda série de *Valha-me Deus*, prolonga-se por quatro *sketches* uma entrevista conduzida por um jornalista britânico a uma senhora idosa indiana – personagem significativamente chamada Lady Chatterjee e representada por Syal – acerca da sua experiência enquanto jovem na Índia colonial. Através da troca de papéis, contrariando a prática generalizada das ficções *Raj* segundo a qual os indianos “*get walk-ons, but remain, for the most part, bit-players in their own history*” (Rushdie 90), o protagonismo é reclamado neste retrato cômico por aquela que, geralmente, é figurante ou desempenha um papel menor, como o de Lady Chatterjee em *A Jóia da Coroa*.

O efeito cômico dos *sketches* baseados na série *A Jóia da Coroa* resulta da familiaridade da audiência com as características visuais e temáticas *heritage*. No primeiro *sketch*, a Lady Chatterjee de Syal não consegue evitar a evocação de imagens reminiscentes de um estilo visual sedutor, próprio das convenções *heritage*, ao descrever a sova quase mortal que sofreu, acorrentada a um portão, às mãos de jovens fuzileiros britânicos. Na sua memória, mais do que rancor, perdura a imagética *heritage* composta por jardins magnificamente cuidados, oficiais galantes e festas esplendorosas na residência oficial do governador (às quais lhe fora negada a admissão por ser indiana), onde sobressaem, enquadrados por sumptuosa decoração, ilustres individualidades envergando trajes transbordantes de *glamour*. Nas suas palavras, estes foram “dias maravilhosos”, não obstante o “banzé” feito pelos pais fundadores do subcontinente indiano, Gandhi and Jinnah, responsáveis, na sua perspectiva, por uma coesão irreparavelmente perdida.⁴

No quarto e último *sketch*, Chatterjee inverte o tropo da violação corrente nas narrativas típicas do revivalismo *Raj*, de acordo com o qual “*frail English roses were in constant sexual danger from lust-crazed wogs*” (Rushdie 101), ao apresentar o ataque a mulheres indianas como uma ocupação

³ Pretendemos deliberadamente manter esta expressão em inglês porque nos parece que a tradução literal (“património”) iria de algum modo deturpar ou pelo menos reduzir todos os significados inerentes a este conceito.

⁴ *Valha-me Deus*, série 2, episódio 3, 0:04:20-0:05:51.

de tempos livres para os oficiais do exército britânico, sempre de calças impecavelmente vincadas.⁵ Aqui, a equipa criativa por trás de *Valha-me Deus* parece ter seguido o seguinte argumento de Salman Rushdie: “*If rape must be used as a metaphor of the Indo-British connection, then surely, in the interests of accuracy, it should be the rape of an Indian woman by one or more Englishmen of whatever class*” (89).

No segundo *sketch*, as memórias de Chatterjee incluem uma viagem de comboio em que uma multidão de senhoras idosas tagarelas e crianças animadas encontram, na chegada à estação de destino, as balas mortíferas disparadas pelas armas de fogosos fuzileiros britânicos.⁶ Durante o inesperado ataque, à medida que o sangue escorria pela coxia, ela não conseguiu deixar de ficar fascinada com o exímio polimento das botas dos oficiais. O entrevistador sente-se manifestamente constrangido e impotente perante a bizarra nostalgia de Lady Chatterjee em relação aos tempos coloniais, em particular no *sketch* que se segue, no momento em que esta confessa ter sentido uma certa exaltação romântica quando um elegante general britânico veio executar a sua tia.⁷

Ao subordinar ofensas sexuais e crueldade física a elementos do cenário que caracteristicamente compõem a visualmente agradável iconografia *heritage*, a atenção é dirigida na série para o absurdo do saudosismo pelo *glamour* daquele passado. As patéticas tentativas de Chatterjee de desviar o enfoque dos dias turbulentos do *Raj* para aspectos do cenário e guarda-roupa apenas conduzem a um reforçar da hecatombe que foram os ditos “dias maravilhosos”. Como denuncia Rushdie, um dos mais populares e lucrativos mitos coloniais é o de que o Império Britânico era “in spite of all its flaws and meanness and bigotries, fundamentally glamorous” (101). No final, este grupo de *sketches* reafirma que “the jewel in the crown is made (...) of paste” (Rushdie 92).

Como foi referido, a paródia de *The Jewel in the Crown* resulta devido à familiaridade dos telespectadores com um estilo específico de cinematografia característico das ficções *Raj*. Em *Valha-me Deus*, os *sketches* cómicos simulam o comportamento esperado de um indivíduo nostálgico: face à desordem e à volatilidade no presente, rupturas que fracturam e acossam a sua identidade, este associa os findos “dias maravilhosos” a um momento de equilíbrio e harmonia. O revivalismo de um passado colonial foi encarado por Paul Gilroy enquanto resultando, por um lado, da ambivalência da “melancolia pós-colonial” que estrutura a cultura e as instituições políticas britânicas em consequência do desmoronar do Império, e, por outro lado, de uma emergente “*unkempt, unruly and unplanned multicultural*” (x). A sensação de haver perdido a unidade proveniente de uma glória imperial, agora defunta, materializa-se em objectos, sejam os jardins bem tratados, as calças impecavelmente vincadas ou as botas polidas celebradas pela Lady Chatterjee de Syal. Se a entrevista é estruturada, ao longo dos *sketches*, como uma reconstrução narrativa de um momento edénico e da sua corrupção, uma amálgama de estratégias cómicas e de operações intertextuais irónicas transformam em *Valha-me Deus* um passado nostálgico em disruptivo, abrindo-o à participação de outras histórias contadas da perspectiva do colonizado.

A melancolia de Chatterjee é sempre contraposta ao choque e embaraço do jornalista britânico ao confrontar-se com um passado colonial de opressão e brutalidade. Weedon detecta um problema representacional na estrutura destes *sketches*, repetido ao longo de muitos outros no programa humorístico, na medida em que a audiência poderá identificar-se mais facilmente com a personagem

⁵ *Valha-me Deus*, série 2, episódio 3, 0:19:02-0:19:43.

⁶ *Valha-me Deus*, série 2, episódio 3, 0:11:47-0:12:37.

⁷ *Valha-me Deus*, série 2, episódio 3, 0:16:50-0:17:20.

britânica “normal”, face a uma personagem indiana apresentada como estranha (267). Por outras palavras, a autora pede-nos que consideremos se o público se ri *com* ou *de* Chatterjee. Num plano relacionado, a assistência poderá também ser induzida a entender os britânicos enquanto, no presente, “vítimas” do seu passado imperial.

Apesar de constituir uma reescrita até certo ponto *mainstream* de ficções coloniais, este retrato cómico alternativo perturba, para além do recuperável, a aparente harmonia de tempo e espaço dos “dias maravilhosos”. De uma forma provocadora, e em reacção ao “*refurbishment of the Empire’s tarnished image*” (Rushdie 91), a nostalgia *Raj* é aqui invertida com o propósito de se alcançar um efeito subversivo. Mesmo que a crítica de Rushdie – redigida em 1984 durante o *thatcherismo* e a característica desconfiança perante a diferença – possa parecer ligeiramente datada, manteve sem dúvida a sua relevância durante a *Cool Britannia* de Tony Blair dos finais dos anos 90 do século XX. Na verdade, pouco depois da exibição deste episódio de *Valha-me Deus*, no Reino Unido, *A Jóia da Coroa* subiu ao vigésimo segundo lugar da lista dos *100 Greatest British Television Programmes* compilada pelo British Film Institute em 2000. Aparentemente, aquilo que Rushdie sinalizou como o “*amputated limb*” do Império ainda tinha “*phantom twitchings*” (92).

Em *Valha-me Deus*, a personagem de Lady Chatterjee regressa ao convívio dos telespectadores enquanto figura principal pela mão de Syal. Desempenhando o papel de Lili Chatterjee, Zohra Sehgal é uma das actrizes indianas com um papel secundário na série *A Jóia da Coroa*. A carreira de Sehgal – que abarca participações nas representações cruamente estereotipadas das minorias étnicas das comédias dos anos 70 *Mind Your Language* e *It Ain’t Half Hot Mum*, no filme radical *Bhaji on the Beach*, realizado por Gurinder Chadha em 1993, no filme *queer Chicken Tikka Masala* (2005) realizado por Harmage Singh Kalirai, entre outras – ilustra as crescentes oportunidades para a representação das minorias (e pelas minorias) no Reino Unido. Em virtude deste espaço propiciador de visibilidade da produção cultural indo-britânica, as nostálgicas ficções *Raj* retornam à localização cultural de onde surgiram no passado – o meio televisivo – e são reexibidas enquanto prática de oposição para uma audiência mista, mesmo que num contexto de cumplicidade com as indústrias culturais.

Para além disso, o carácter satírico dos *sketches* reside também na denúncia e no reconhecimento das narrativas *heritage* enquanto textos ambivalentes. Na verdade, Andrew Higson considera que vários filmes *heritage* encenam um conflito irresolúvel entre uma anglicidade fixa, tradicional e ligada às elites, e um conceito mais instável de identidade nacional, apresentado através das experiências de grupos sociais marginalizados, arrumados como meras “notas de rodapé da história” (28). Nos *sketches*, a personagem de Lady Chatterjee começa por destacar um fosso entre o presente pós-imperial e um almejado passado colonial. Contudo, o absurdo do seu sentimento nostálgico põe em evidência quanto do presente se encontra naquele passado distante, e que aqueles que foram considerados como inócuas notas de rodapé exigem ser incorporados na narrativa.

Bibliografia

- Agamben, G., (2000) *Means without End: Notes on Politics*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Donnell, A., (2002) *Companion to Contemporary Black British Culture*, Routledge, London.
- Gillespie, M., (2003) “From Comic Asians to Asian Comics: *Goodness Gracious Me*, British Television Comedy and Representations of Ethnicity”, *Group Identities on French and British Television*, Michael Scriven and Emily Roberts (org.), Berghahn Books, Oxford and New York, pp. 93-107.

- Gilroy, P., (2004) *After Empire: Melancholia or Convivial Culture?* Routledge, London.
- Gould, P., (2000) "Goodness Gracious, It's All Go for Meera; TV's *Goodness Gracious Me* Star Meera Syal Talks to Phil Gould about Her Flourishing Career", *The Birmingham Post*, February 22, 15.
- Higson, A., (2003) *English Heritage, English Cinema: Costume Drama Since 1980*, Oxford University Press, Oxford.
- Horkheimer, M., Adorno, T., (2001) *Dialectic of Enlightenment* (1972), trad. John Cumming, Continuum, New York.
- Leurdijk, A., (2006) "In Search of Common Ground: Strategies of Multicultural Television Producers in Europe," *European Journal of Cultural Studies*; 9:1, 25–46.
- Lockett, M., (2003) "Postnational Television? *Goodness Gracious Me* and the Britasian Diaspora", *Planet TV: A Global Television Reader*, Lisa Parks and Shanti Kumar (org.), New York University Press, New York 402-422.
- Malik, S., (2002) *Representing Black Britain: Black and Asian Images on Television*, Sage, London.
- Rushdie, S., (1991) *Imaginary Homelands: Essays and Criticism, 1981-1991*, Granta, London.
- Smith, Z., (2000) *White Teeth*, Hamish Hamilton, London.
- Syal, M., (1996) *Anita and Me*, HarperCollins, London.
- Weedon, C., (2000) "*Goodness Gracious Me*: Comedy as a Tool for Contesting Racism and Ethnocentrism", *Culture and Power: Challenging Discourses*, Maria José Coperías Aguilar (org.), Servei de Publicacions, Valencia, pp. 261-269.
- Witkin, R.W., (2003) *Adorno on Popular Culture*, Routledge, London and New York.

Filmografia

- Goodness Gracious Me* (TV), realizador Nick Wood, UK, 1998-2001.
- The Jewel in the Crown* (TV), realizador Christopher Morahan *et al.*, UK, 1984.
- The Millionairess*, realizador Anthony Asquith, UK, 1960.

“QUAL O INTERESSE EM CONTAR HISTÓRIAS QUE NEM SEQUER SÃO VERDADEIRAS?”

Vários escritores do pós-guerra rejeitaram a dicotomia realismo/experimentalismo, embora essas noções tivessem um significado diferente para cada autor. Partilhando da opinião de alguns, considero o realismo multifacetado, pelo que a sua concepção é marcadamente diversa. Por exemplo, pode estar associado a uma tradição de escrita europeia, inseparável do colonialismo e do imperialismo, como se pode verificar em V.S.Naipul; ou às concepções da história e da política que não podem ser encerradas naquilo que é visto como a pós-modernidade, como o faz Salman Rushdie. Ainda assim, a forma como os escritores reagem ao realismo depende da sua prévia concepção do mesmo, da sua política e dos seus objectivos literários.

Como sugeriu Andrzej Gasiorek, o realismo é flexível, abrangente e instável, historicamente variável e radicalmente aberto, e já não uma entidade monolítica. A escrita de Salman Rushdie é baseada em conflitos e revisões infundáveis, e sobretudo no seu comprometimento com a história cultural, literária e sociopolítica. Há pouco, ou mesmo nada, na sua escrita que seja fixo, estabelecido ou seguro. É como se os romances de Rushdie quisessem recriar nos seus leitores a desinquietante, senão exultante, semelhança com o mundo exterior, em constante movimento de redefinição.

É por isso que me centro no livro de Salman Rushdie, *Haroun e o Mar de Histórias*, publicado em 1990. O título é alusivo a duas notáveis colecções de histórias orientais: a *Indian Kathasaritsagara* (“O Oceano das Correntes de História”) e *As Mil e Uma Noites*, com a famosa personagem do califa Haroun al Rashid.

Maria José Pires

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE)

O livro de Rushdie é uma narrativa rica em referências culturais islâmicas que são a fonte de personagens e de situações. Nela, Haroun mora numa cidade sem nome, famosa pela confecção e exportação da tristeza. O seu pai chama-se Rashid. É um contador de histórias cheio de inspiração, com a alcunha de “O Oceano de Noções”. Mas quando a mulher o abandona, as suas histórias secam e Haroun, sentindo-se culpado por questionar a razão de se contarem histórias que não são verdadeiras, inicia uma busca para ajudar o pai. A bordo de uma casa-barco em forma de pavão, numa das famosas casas-barco para turistas no Lago Dull, chamado *Mil e uma Noites mais Uma*, Haroun descobre, com surpresa e horror, que o pai ia cancelar a sua assinatura do “Oceano de Histórias”. Após uma contenda com o génio da água que viera desligar a torneira de histórias, Haroun viaja numa poupa (uma espécie de pássaro) mecânica até Kahanu, a segunda lua da terra que contém o “Oceano das Correntes da História”, a fonte de todas as histórias. Kahni tem um lado escuro e um lado luminoso. O governante do lado escuro e silencioso da terra de Chup anda a poluir o “Oceano das Correntes da História”, com a finalidade de controlar e reprimir a população. A busca de Haroun é no sentido de pôr fim a esse estado de coisas de modo a que o pai possa voltar a inspirar-se, tornando-se, novamente, contador de histórias. Depois de visitar a Cidade Gup, que é oprimida pelo senhor do culto Khattam-Shud (que significa “o fim”, “completamente acabado”), Haroun consegue estancar a fonte que polui o oceano das histórias. Como recompensa, o rei de Gup oferece-lhe um final feliz: Haroun, ao acordar na casa-barco, reencontra o pai que recuperara o dom de contador de histórias. A mãe regressa ao seio da família e tudo termina com um final feliz.

O texto pode ser, à primeira vista, abordado como um romance para crianças, bastante divertido, povoado de génios, pássaros voadores mecânicos e uma criança-herói que salva os que lhe são próximos graças à coragem e inteligência. Ao se recordar o conflito entre Rushdie e os iranianos, compreende-se que esta história tenha sido a forma que o autor encontrou para explicar ao filho, Zafar, os acontecimentos ocorridos em 1990. Esta é então uma clara declaração contra a violência e o derramamento de sangue, já que as acções do herói para corrigir a situação são demonstrações pacíficas que realçam a diferença entre fantasia e mentira. Mas a aparente jovialidade do romance é desmentida pelo subtexto, potencialmente subversivo. O tom é dado pela dedicatória do próprio livro:

Zembla, Zenda, Xanadu:

All our dream-worlds may come true.

Fairy lands are fearsome too.

As I wander far from view

Read, and bring me home to you.¹

Estes simples versos acrósticos, soletrando o nome do seu filho são uma mensagem acróstica para Zafar. Mas quando relida no contexto da situação de desespero e de desolação em que foi composta, torna-se uma mensagem certa de esperança e de coragem. As duas últimas frases

¹ Zembla, Zenda, Xanadu:
Que todos os nossos mundos de sonho possam tornar-se realidade.
A terra das fadas é igualmente assustadora
Como vagueei longe das vistas
Lê e traz-me para casa contigo

parecem dirigir-se mais ao leitor do que a Zafar. Este subtexto dirige-se ao leitor com capacidade para ler nas entrelinhas e de compreender a verdade. Numa análise mais atenta, o texto de *Haroun* revela um subtexto, potencialmente subversivo e provocador.

A história caracteriza-se por um vasto leque de referências intertextuais e interculturais. Os nomes das personagens, bem como os cenários são claramente indianos e alguns dos nomes são explicados num glossário anexo ao livro. Os outros elementos do enredo, porém, assemelham-se à “*A História sem Fim*”, de Michael Ende, publicada em 1979, uma vez que a cidade onde Khalifas vive é “tão ruinosamente triste que se esqueceu do seu nome”. (Rushdie 1990, 15). À semelhança de Bastian/Atréju em “*A História sem Fim*”, Haroun empreende uma espécie de busca quixotesca, a fim de recuperar as áreas perdidas da imaginação. Estes elementos de histórias no estilo europeu misturam-se com alusões ao Oriente e à mitologia oriental.

No entanto, no livro de Rushdie as alusões intertextuais não estão empilhadas só por estarem; servem para transmitir uma afirmação “metaficcional”. No início, Haroun pergunta ao pai: “Qual o interesse em contar histórias que nem sequer são verdadeiras?” (Rushdie 1990, 22) Haroun vai encontrar a resposta a essa pergunta no final da sua busca. Antes de mais nada, existe a beleza das histórias, como mostrada pelas lindas cores do “Oceano das Correntes de História”. A história chama-se por exemplo, “A Salvação da Princesa G/1001/RIMJ777/M(w)i”, mais conhecida como “Rapunzel” (Rushdie 1990, 73). Há alusões tanto aos contos de fadas dos irmãos Grimm como aos mil e um contos das *Mil e Uma Noites*. Porém, quando Haroun ingere água do Oceano, a “salvação da princesa” acaba mal: o herói que sobe à torre onde a princesa vive em cativeiro é transformado numa aranha, que é repelida pela amada. Quando Haroun recupera os sentidos, o seu companheiro, o “Génio da Água”, explica-lhe como a história devia ter terminado: “Salvaste a princesa e foste embora em direcção ao pôr-do-sol, como especificado, presumo?” (Rushdie 1990, 74) O ponto a ressaltar é que as histórias convencionais podem ser agradáveis. O leitor entenderá que o “envenenamento” do conto pode referir-se à tendência modernista de se abordar mais os problemas e os conflitos na literatura do que o seu lado harmonioso.

Uma outra afirmação acerca das técnicas ficcionais diz respeito à mistura de diferentes histórias e de diferentes tradições culturais. Uma criatura de um conto de fadas, o “Génio da Água”, não tem dificuldade em viajar num veículo mecânico, electrónico e computadorizado, com a forma de poupa falante. Esta mistura de motivos literários torna-se tópico de discussão quando Haroun se maravilha com o facto das várias correntes da história não interferirem umas nas outras.

A resposta que recebe é: “Qualquer história digna desse nome pode ser um pouco sacudida” (Rushdie 1990, 79). A multiplicidade de correntes no “Oceano” indica a existência de imensos reservatórios de histórias que podem ser misturados, a fim de produzir novas histórias. Este “abanão” corresponde ao que acontece nos sonhos. Os motivos das diferentes tradições que se misturam e que caracterizam a obra de Rushdie são simultaneamente tentativas de representar, com exactidão, os processos da consciência nos sonhos e a técnica literária. Esta técnica poderá, talvez, ser considerada uma técnica pós-modernista e Rushdie, como autor pós-moderno, harmoniza uma inspecção irónica de várias e aparentemente incompatíveis tradições. Este ponto de vista irónico corresponde à definição de Umberto Eco de pós-modernismo, segundo a qual o pós-modernismo constitui uma revisão irónica das tradições.² Assim, os recursos das várias culturas são

² Esta referência é feita por Thomas Kullman em *Eastern and Western Story-Telling in Salman Rushdie's Haroun and the Sea of Stories*, 1996

reunidos para dar origem a uma nova e imaginativa consciência multicultural. Claro que esta atitude é baseada na suposição de que as tradições não devem ser rejeitadas como irrelevantes, já que constituem aquilo que é a nossa herança cultural. Além disso, o leitor torna-se ciente do facto de todas as histórias serem “mosaicos de citações”, como Julia Kristeva descreveu em 1980.³ Com a ajuda dos elementos narrativos do pós-modernismo, Rushdie fornece-nos uma visão interior do trabalho das linguagens e dos textos, ficcionais ou não.

A mensagem final diz respeito à utilidade prática de “histórias que nem sequer são verdadeiras”. Uma razão, suficiente em si própria, dessa utilidade seria a de que as histórias proporcionam prazer. Mas então porque é que um monstro chamado “Senhor do Culto”, envenena o “Oceano dos Cursos da História”? A resposta é dada na conversa entre Haroun e o Senhor do Culto:

“Porque odeia tanto as histórias? (...) As histórias são divertidas...”

“O Mundo, porém, não é Divertido”, responde Khatam-Shud, “O Mundo existe para ser controlado”.

“Que mundo?” pergunta Haroun.

“O teu mundo, o meu mundo e todos os mundos”, veio a resposta. “São todos para ser governados. E dentro de cada história, dentro de cada uma das correntes no Oceano existe um mundo, um mundo-história, que não consigo governar. É essa a razão.” (Rushdie 1990, 161)

Como escreve Thomas Kullmann (1996), “O reino da imaginação pode produzir mundos alternativos. Qualquer tentativa para controlar o mundo pode ser frustrada com a construção de um mundo novo numa história. Dar margem à imaginação é assegurar a liberdade sobre a opressão. O próprio facto de que as histórias de ficção não representam necessariamente a realidade constitui a sua força: mesmo que não seja provável a existência de um final feliz na vida real, é sempre possível criar um, na imaginação.”

O “Génio da Água”, Iff, ressalta que a imaginação não é apenas útil, mas na verdade necessária para se captar a realidade. Esse génio ordena a Haroun que apanhe um pássaro qualquer. Este pedido surpreende Haroun, já que o único pássaro à vista é um pavão de madeira. Indignado, Iff responde: “Pode-se escolher o que não se pode ver”.

Pode mencionar-se o nome de um pássaro mesmo que a criatura não esteja presente nem seja reconhecida ... Dar nome a uma coisa, pôr uma etiqueta, um manípulo, é uma forma de a salvar do anonimato, arrancá-la do Lugar das Coisas sem nome, resumindo, é identificá-la – bom, é uma maneira de transformar a coisa dita em ser existente ... (Rushdie 1990, 63)

A opinião radical que classifica Rushdie como um transgressor de fronteiras rígidas – profanador e traidor – nega-lhe o estatuto de interlocutor, excluindo-o de posterior discussão. Creio que Rushdie sempre encarou o seu trabalho como transgressivo, entendido como um meio através do qual se poderiam questionar, criticar e realinhar as fronteiras socialmente codificadas. Para Rushdie, o facto de ser expulso da comunidade significa negar-lhe o direito de participar no próprio processo histórico em curso. O problema é o de autoridade – autoridade sobre os textos, as tradições e os indivíduos. Considere-se *Pátrias Imaginárias*, no qual Rushdie afirma que se deve tomar partido, pelo

³ Cf. Thomas Kullman, 1996

que “a objectividade se transforma, tal como a perfeição, num grande sonho, uma meta inatingível, mas pela qual se deve lutar, apesar da impossibilidade de sucesso.” (Rusdie 1992, 100-101). Esta ideia está patente em *Haroun*:

Isso pode ser verdadeiro de onde tu vens”, concorda Haroun. “Mas por estes lados, são aplicadas regras mais rígidas.” “Por estes lados”, replicou o Iff de barba azul, “ando a perder o meu tempo por causa do Ladrão Desconector que não confiará naquilo que não consegue ver ... Acredita nos teus próprios olhos e estarás num grande sarilho, num caldeirão, numa confusão. (Rushdie 1990, 63)

Por esse motivo, e como faculdade cognitiva, a imaginação é um suplemento indispensável à visão.

Como já foi mencionado, o conceito de fantasia e de imaginação neste livro é caracterizado pela mistura das tradições culturais Orientais e Ocidentais. É importante notar que estas tradições estão mescladas de uma forma quase imperceptível. Não há oposição entre Oriente, por um lado, e Ocidente, por outro. Os princípios que opõem um ao outro são de outra ordem: liberdade de contar histórias e de fantasiar de um lado, e a racionalidade e o controlo do outro. A história de Haroun, que se inicia com a ingestão de água do Oceano, assemelha-se ao conto de fadas dos Irmãos Grimm, ou seja, um produto da cultura ocidental. A cultura ocidental forneceu igualmente o veneno modernista. O criador do envenenamento, Khattam-Shud, pode ser classificado como oriental, visto que representa o ayatollah iraniano. A sua insistência no controlo representa, porém, os valores políticos do Ocidente. A oposição às histórias de ficção pode ser lida como uma manifestação da fria racionalidade ocidental. Enquanto Rushdie, por um lado, recorre aos conceitos ocidentais do “Oriente”, outros, por seu turno, evitam qualquer “orientalismo” segundo Edward Said. Os elementos da narrativa associados ao Oriente em Said estão em pé de igualdade; nem o Oriente nem o Ocidente podem reivindicar “uma superioridade de posição flexível”, que caracterizará o “Orientalismo” ocidental. (Said 1995: 7).

Embora nenhuma cultura exprima qualquer preferência, a variedade das experiências fornecidas pela justaposição de elementos aparentemente incoerentes retirados de diversas culturas surge como um factor essencial para o exercício da imaginação. A variedade multicultural alarga o campo da fantasia e torna possíveis novas combinações de velhas tradições. A utilidade das histórias consiste, por um lado, no divertimento e na beleza que nos oferecem, bem como no facto de serem meios de comunicação. Para além disto, o leitor é convidado a encarar a ficção multicultural e a troca intercultural como forças libertadoras que podem ser utilizadas contra todas as formas de abuso do poder e controlo totalitário. (Kullmann 1996)

Haroun e o Oceano de Histórias é um livro dirigido especialmente aos leitores ocidentais. As suas personagens e os cenários são manifestamente indianos. A tradição literária em que o livro se pode situar é a da fantasia das crianças inglesas, uma tradição que está particularmente aberta à apresentação de material de várias fontes. Há outras analogias óbvias entre as diversas personagens que habitam o mundo de Haroun quando acordado e aquelas que povoam Kahani. As analogias sublinham com maior evidência a luta política, da qual Rushdie faz parte no mundo real, e o conflito que toma forma em Kahani. As interacções e resoluções das analogias têm muito a transmitir sobre a importância de “histórias que nem sequer são verdadeiras”, e apontam o tão

falado, embora raramente explorado, problema da capacidade de a ficção não ser meramente o “espelho” da realidade, permitindo expor e formar opiniões.

Stephen Baker recentemente concluiu que, “celebrando a capacidade da arte de repensar, recriar e re-imaginar, a ficção de Rushdie insiste na transitoriedade e na historicidade de tudo o que é actualmente verdade – os nossos medos, as nossas ansiedades, as nossas verdades: apesar da realidade opressiva e concreta destes últimos, a arte revela-os como sendo, em última instância, *abstractos* e universais.” (2003) Escritores como Salman Rushdie podem ser lidos pela sua capacidade de nos contar o que devemos saber da sua visão dupla. As histórias herdadas do passado, apresentadas como finais e definitivas, por vezes obscurecem as vozes do colonizado e dos derrotados, roubando-lhes a oportunidade de dizer e, conseqüentemente, de criar as suas identidades para e por eles mesmo.

Cada vez mais um maior número de escritores da era pós-colonial toma a seu cargo a tarefa de recriar o passado através da imaginação, reabrindo e questionando velhas histórias a fim de não só criarem novas histórias literárias, como também uma nova história e novas identidades para indivíduos, comunidades e nações. Esta “*chutnificação* da História”, como Salman Rushdie lhe chama, não nega nem a noção de passado, nem a de identidade; afirma, antes pelo contrário, que a História e as identidades criadas constituem um processo interminável e inseparável do processo político (Aristodemou 2000, 183). Possivelmente a melhor forma de se explicar a utilidade de “histórias que nem sequer são verdadeiras” resida no termo “P2C2E”, referido no próprio romance: “*Processes too Complicated to Explain*”.

Bibliografia

- Aristodemou, M., (2000) *Law and Literature: Journeys from Here to Eternity*, Oxford University Press, Oxford.
- Baker, S., (2003) “Salman Rushdie” in *Contemporary British Fiction*, org. Richard J. Lane, Rod Mengham e Philip Tew, Polity Press, Cambridge, pp. 145-158.
- Gasiorek, A., (1995) “Postmodernism and the Problem of History” in *Post-War British Fiction: Realism and After*, Edward Arnold, London, pp. 147-177.
- Kullman, T., (1996) *Eastern and Western Story-Telling in Salman Rushdie’s Haroun and the Sea of Stories* [on line]
Disponível em: http://webdoc.sub.gwdg.de/edoc/ia/eese/artic96/kullmann/1_96.html [18 April 2004]
- Rushdie, S., (1990) *Haroun and the Sea of Stories*, Granta Books, London.
- Rushdie, S., (1992 [1991]) *Imaginary Homelands: Essays and Criticism 1981-91*, Granta Books, London.
- Said, E., (1995 [1978]) *Orientalism*, Harmondsworth, London.

“UP THE BAY, DOWN THE DOCKS”: DESENHOS E MEMÓRIAS DE UMA COMUNIDADE DAS DOCAS

Introdução

Este artigo pretende analisar alguns desenhos de Jack Sullivan, um desenhador e pintor, que representou cenas que ele próprio diz ter testemunhado nas docas de Cardiff, entre os anos quarenta e cinquenta do século XX, parte das quais era conhecida por Butetown ou Tiger Bay, o seu nome sensacionalista.

Butetown era uma pequena área residencial das docas outrora composta por cerca de 6000 pessoas de 57 nacionalidades. Há mais de 150 anos, marinheiros de diferentes partes do mundo, estabeleceram-se nesta área das docas de Cardiff, devido à possibilidade de trabalho na indústria marítima e em actividades relacionadas com a extracção e exportação de carvão. Muitos deles casaram com mulheres galesas e tiveram filhos mestiços e juntos formaram uma comunidade multi-étnica.

Os desenhos de Sullivan podem ajudar antigos residentes e aqueles que nunca viveram ou conheceram Butetown tal como esta área era, a compreender o modo como esta comunidade vivia e como esta construiu memórias individuais e colectivas acerca do local e dos seus habitantes.

Estes desenhos foram retirados do livro de memórias de Harry Cooke, intitulado *How I saw it: A Stroll Thro'Old Cardiff Bay*, no qual ilustram as estórias que Cooke, um marinheiro de Cardiff, nos conta acerca desta comunidade das docas de Cardiff, outrora considerada “a metrópole mundial de carvão”. Deste modo, neste artigo irei considerar a articulação entre as palavras de Cooke e os desenhos de Sullivan e o modo como estes constroem a percepção

Ana Gonçalves

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE)

desta comunidade e se apresentam enquanto memórias social e culturalmente construídas e construtivas desta comunidade, a qual era tão discriminada, especialmente nos media.

Estes desenhos de Sullivan parecem ter estado na origem dos seus quadros, os quais foram compilados por Glenn Jordan e pelo *Butetown History and Arts Centre* em *Tramp Steamers, Seamen & Sailor Town: Jack Sullivan's Paintings of Old Cardiff Docklands*. Assim sendo, estes desenhos apresentam-se como o primeiro produto da percepção de Sullivan e representam a sua memória individual das cenas que testemunhou, a qual se torna em memória colectiva partilhada por antigos residentes desta comunidade e em memória imaginada partilhada por aqueles que lhe eram espacial e temporalmente alheios.

Memória

O que é a memória? De que forma pode ela influenciar a construção de práticas culturais significativas e de que forma constrói as nossas identidades individual e colectiva, através da representação de nós próprios e dos outros? Walter Benjamin afirmou que “a memória não é um instrumento para explorar o passado, mas o seu teatro”(in Eber and Neal, 2001:87). Se a memória é um teatro do passado, quem são então os seus actores? E serão as memórias individuais que constroem a memória colectiva, ou será a memória colectiva que influencia e altera as lembranças individuais? De acordo com Maurice Halbwachs, em *On Collective Memory*, os indivíduos apenas possuem capacidade de se recordarem das suas memórias porque pertencem a um grupo social e, assim sendo, as suas memórias individuais são mediadas, reguladas e definidas por normas e padrões sociais estruturados. Deste modo, embora sejam os indivíduos que recordam, apenas são capazes de o fazer em contexto social.

Em *How Societies Remember*, Paul Connerton afirma que a narrativa da vida de cada um é parte de um conjunto de narrativas que se relacionam; encontra-se imbuída na história daqueles grupos dos quais os indivíduos retiram a sua narrativa (Connerton, 1989:21). Assim sendo, a identidade de cada um é construída por memórias de situações, pessoas e acções porque estas nos dão conta do passado, um passado que é inter-subjectivamente constituído. A memória colectiva permite aos grupos construir as suas identidades, sendo que através das memórias descobrimos o passado no presente e, consequentemente, as nossas identidades individual e colectiva são legitimadas e mantidas através do tempo.

No entanto, a memória envolve não só recordar, mas também esquecer. Devemos, pois, em qualquer representação do passado, estar conscientes não só do que é visível e se refere ao que um indivíduo ou pessoas recordam, mas igualmente do que é deixado ausente porque foi esquecido ou deliberadamente deixado à margem de uma determinada representação. Assim sendo, as memórias não são apenas representações do passado, mas interpretações e selecções deste. De acordo com Barbara Misztal em *Theories of Social Remembering*, devemos entender as memórias não apenas como produtos culturais, mas também como o resultado de uma relação entre o ser e o mundo exterior (Misztal, 2003:78). As memórias apresentam-se como práticas culturais significativas que produzem compreensões individuais e colectivas do mundo, dado que apenas fazendo sentido do passado é possível ao ser constituir-se a si próprio.

Esboçar memórias

De acordo com Dena Eber e Arthur Neal:

[v]isual imagery is one symbol system which humans use to embody memory. Through this they express, understand, represent, and ultimately construct reality. As a result, an understanding of the truth in art is key to grasping the veracity of memory and representation. (2001:14)

Deste modo, uma comunidade como aquela que existia nas docas de Cardiff pode ser relembrada das suas características e construir a sua identidade através de representações visuais como os desenhos de Sullivan e estes desenhos podem ajudar-nos a compreender a verdade na arte, de forma a podermos alcançar a veracidade das suas e das memórias das pessoas aqui representadas.

Jack Sullivan nasceu em 1925, em Cardiff. Como ele próprio comentou acerca do seu trabalho:

[a]ll of my work relates to my experiences and my research into historical events. (...) I have had no formal arts training. I paint and sketch from my experiences in four police forces, two armies, two wars, two campaigns and a lot of civil violence! (Jordan, 2002:6)

Embora Sullivan não possuísse qualquer formação artística formal, os seus desenhos e quadros são considerados como importantes representações visuais da comunidade das docas de Cardiff, no sentido em que as suas representações nos apresentam pessoas reais que viviam nesta comunidade e nos relatam acontecimentos que se diz terem realmente acontecido.

Os desenhos apresentados neste artigo incluem cenas da vida nas ruas e nas docas de Cardiff entre 1940 e 1950. As ruas apresentavam-se como um local conciliador e democratizante para os membros desta comunidade multi-étnica, onde estes partilhavam práticas de identificação quotidianas. Deste modo, as ruas eram o local privilegiado para encontrar pessoas que interagiam e desenvolviam as suas actividades diárias.

Brincadeiras nas docas de Cardiff

As ruas das docas de Cardiff estavam sempre repletas de actividade e eram constantemente animadas pelas crianças que aí brincavam. Apesar dos problemas que tornaram esta área de Cardiff sobejamente conhecida, tal como a prostituição, o crime e o alcoolismo, os pais pareciam não achar perigoso deixar os seus filhos brincar nas ruas.

Neste desenho podemos constatar que um dos passatempos das crianças em Cardiff, especialmente das raparigas, era o de se balançarem à volta de um candeeiro de rua, uma brincadeira à qual os adultos se opunham fortemente, e saltar à corda. Tal como Phyllis Chappell afirmou no livro em que compilou as suas memórias de infância, *A Tiger Bay Childhood: Growing up in the 1930s*:

Swinging was one of our childhood pleasures. We swung on lampposts. A rope was knotted into a large loop and flung over one of the projecting arms. Then you swung round and round the post until the rope was fully

wound, whereupon you swung back again! Adults seemed to object strongly to this game – I suppose on the grounds that the rope could snap or even the lamppost might break. Needless to say, we continued. (Chappell, 1994:61)

Para além disso, e marcado a giz no chão, podemos observar que a “macaca” era também um dos jogos preferidos destas crianças.



Street Life (in Cooke, 1995:79)

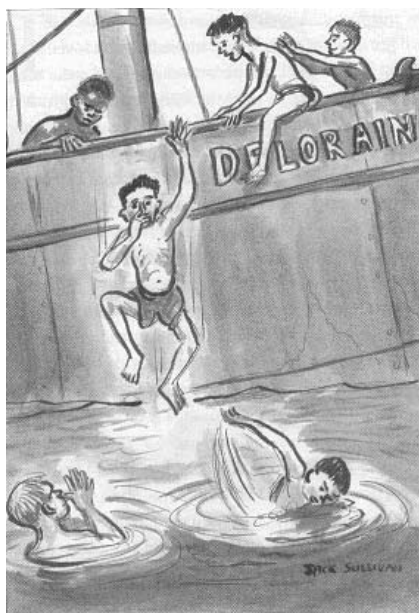
Encontramos também personagens e estereótipos associados a esta área de Cardiff e presentes em muitas outras representações desta comunidade. Por exemplo, podemos observar um homem alcoolizado e um casal a atravessar a rua (provavelmente um marinheiro, devido ao saco que carrega, acompanhado de uma mulher). No passeio, para além das raparigas, encontramos um casal e um polícia, uma das personagens que aparece em muitos dos desenhos e quadros de Sullivan. De facto, Sullivan era ele próprio polícia, sendo a sua principal tarefa a de manter a ordem nas docas. Ao desenhar polícias, Sullivan estava possivelmente a tentar representar-se a si próprio nestes desenhos e a tornar a sua presença nesta comunidade ainda mais efectiva. Como polícia e desenhador, Jack Sullivan tem também um pouco de *flâneur*, não apenas porque caminhava pelas ruas devido à sua profissão, mas também porque tentava encontrar a cena ideal para desenhar.

Ao fundo reconhecemos igualmente a torre do Pier Head, o primeiro edifício que os marinheiros avistavam quando chegavam a Cardiff. Esta torre diz-nos que esta se trata de uma representação de Cardiff e, sobretudo, das docas desta cidade. Assim sendo, os desenhos de Sullivan são verosímeis, na medida em que ele tenta representar a verdade e realidade e consegue-o ao apresentar cenas e edifícios que podiam ser de facto vistos na Cardiff dos anos quarenta e cinquenta do século XX.

Outro dos passatempos das crianças, especialmente dos rapazes, era nadar no canal. No desenho seguinte podemos ver crianças de diferentes etnias, o que nos dá uma pequena mostra da multi-etnicidade que caracterizava esta comunidade das docas de Cardiff. Estas crianças estão a saltar do Delorain, um dragador que descarregava areia nas margens do canal. E, de todos os navios e barcos de Cardiff, Cooke afirma que este era o preferido das crianças:

It was alongside her sturdy steel side that Docks kids learned to swim. From her decks they learned to dive and it was the Delorain which caused small toes to wiggle in delight in Friday school when her steam whistle announced she was in for the weekend stay. (Cooke, 1995:61)

No entanto, este era também um passatempo muito perigoso visto que, tal como Bert Lloyd afirmou no seu artigo "Down the Bay" publicado na revista fotojornalística *Picture Post*, a 22 de Abril de 1950, todos os anos quatro crianças, em media, morriam afogadas no canal, para além de que a água do canal estava quase sempre muito suja.



Community Swimming Pool (in Cooke, 1995:62)

A vida nas ruas

Outra altura do ano em que as ruas acolhiam os residentes desta comunidade era a noite de passagem de ano. As pessoas celebravam a chegada do novo ano no Pier Head, onde cantavam e bebiam e apreciavam o fogo-de-artifício. Como Harry Cooke afirmou:

[t]o many Docks folk, the Pier Head was New Year's Eve. Every year, close to the hour, people would gather, sometimes in hundreds, a roaring, kissing, back-slapping, hand-shaking crowd of merry-makers ready to greet the birth of the year, accompanied by a chorus of factory whistles, hooting tugs and hips" Klaxons. (Cooke, 1995:87)



Happy New Year! (in Cooke, 1995:88)

Voltando a casa

Para Sullivan a verdadeira Cardiff era feita de carvão e navios, cujos marinheiros de todas as raças eram conhecidos por todo o mundo. No entanto, a vida não era fácil para estes marinheiros. Para além de terem deixado as suas casas e as suas famílias, grande parte deles enfrentava também condições de alojamento precárias, desemprego e pobreza. De acordo com Cooke:

on good days we lived high on the hog, on lean days, when shipping was slack and money was short, it was a case of "hit the road, Jack" (...) (Cooke, 1995:95)

No entanto, a chegada a casa era sempre um momento de alegria.



Kitbag in Hand (in Cooke, 1995)

Neste desenho existem alguns edifícios que os antigos habitantes de Cardiff relembram facilmente. Reconhecemos o pináculo da torre branca da igreja Norueguesa e, em plano de fundo, encontra-se a *Neale and West*, uma associação de barcos de pesca em alto mar.

As personagens centrais deste desenho são marinheiros que parecem estar de volta a casa depois de uma das suas viagens.

Sullivan tenta novamente ser tão realista na representação das cenas que diz ter testemunhado que quase podemos sentir o cheiro das docas e ouvir o som das gaivotas no céu.

No seu regresso a Cardiff, os marinheiros eram normalmente recebidos pelas suas famílias. Ao observarmos esta família parece que o tempo parou para nos presentear com um momento de alegria, mas a vida continua e as pessoas mantêm as suas actividades do dia-a-dia. Este desenho apresenta-nos, uma vez mais, um polícia e introduz uma das mais conhecidas personagens desta área de Cardiff, Tommy Letton, um comerciante de rua que vendia peixe. Como podemos ver neste desenho, as docas eram um local de trabalho, mas também um sítio onde as pessoas se encontravam e onde podíamos observar as famílias que regressavam a casa com um sorriso nos lábios por terem os seus entes queridos de volta.



Coming Home (in Cooke, 1995:4)

Recordar as docas

Apesar destas cenas de harmonia nas ruas das docas de Cardiff, o facto é que durante os anos 60 do século XX esta área mudou completamente com o projecto de desenvolvimento urbano. Devido a este projecto as casas de dois pisos que alojavam principalmente classes trabalhadoras foram destruídas por bulldozers e substituídas por altos edifícios. Como afirma Sinclair, a organização do espaço mudou:

[t]he orderly streets, parks and lanes conducive to social communication laid out in the first quarter of the 19th century all vanished, only to be replaced by mismatched streets and empty, architecturally unimaginative concrete squares such as West Close once was, and the two ends of Christina Street continue to be. (Sinclair, 2003:9)

No entanto, as mudanças sentiram-se não apenas ao nível da organização urbana, mas também ao nível do comportamento de toda uma comunidade que teve de se adaptar a novas e indesejadas condições de vida. As pessoas foram realojadas dentro da área ou em bairros no extremo da cidade e o espírito de comunidade que caracterizava a área foi destruído. Aqueles que viviam em Butetown sentiram esta mudança de forma profunda e alguns criticaram fortemente esta decisão:

People my age had this pain in our hearts to see those bulldozers come in and start to destroy the Greek community first, because they lived where Callaghan Square is today, just below the railway bridge. That was Greek and Turkish predominantly... They told us Tiger Bay was a slum. We didn't know it was a slum, and it wasn't. So many of the houses were richly adorned, especially the Arab houses... and people had a lot of grand things in Tiger Bay. Yes, there were poverty-stricken families in the community, people who didn't do so well, and people who didn't keep a tidy house, but that wasn't the majority, and there was such a camaraderie in the community. (Neil Sinclair in Llwyd, 2005:156)

Não se perderam apenas as características físicas de Tiger Bay, mas também o seu carácter e a sua mística:

With few exceptions, the open doors of yesteryear are bolted shut. No one walks into your house at New Year to poke the fire and bring good luck to the household. Karaoki in the few remaining pubs has replaced the piano that locals sang around. It has also replaced the roving troubadours who played mandolin, guitar, bottle or whatever to make a joyous sound and warm the hearts of all at Christmas time. No more are distinct aromas to be inhaled from the shops on Bute Street and the back kitchens of the seamen's boarding houses which once dotted the community. (Sinclair, 2003:147)

Desta forma, para antigos residentes como Harry Cooke, depois destas mudanças é apenas possível recordar as docas com um sentimento nostálgico.

The Docks was not just a place of railway trains, ships and coal. The Docks consisted of people, streets, houses and cats sleeping in the sun on backyard walls. The Docks meant neighbours and families and the good things in life. It was an exhilarating place to live in, and many of the menfolk who lived there worked in industries other than in the docks. As with other ports, the comings and goings, the sound of sea traffic, and hipping papers on view in most newsagents made the thought of far away places very real. (Cooke, 1995:30)



Remembering (in Cooke, 1995:103)

Conclusão

Sullivan afirmou que os seus quadros se apresentam como uma "forma de lembrança" e que ficava feliz quando alguém dizia que os seus quadros representavam locais e pessoas de forma fiel. Acredito que o mesmo pode ser aplicável aos seus desenhos. Os desenhos de Sullivan tinham o propósito de ser fiéis ao modo de vida nas docas de Cardiff e os antigos residentes reconhecem os diferentes locais e as diferentes cenas e pessoas representadas nestes desenhos.

As palavras de Cooke são extremamente importantes para a compreensão destes desenhos e de algumas das cenas aqui representadas e o seu significado pode ser alcançado apenas através da complementaridade entre o visual e o verbal. Raymond Williams afirmou que "aprendemos a ver algo ao aprendermos a descrevê-lo; este é o normal processo da percepção" (Williams, 1961:39). Assim sendo, o visual e o verbal encontram-se profundamente dependentes um do outro e verbalizar imagens torna-se um acto de memória, reconstrução e representação. Afinal, sempre que nos propomos analisar imagens, disponibilizar interpretações do que elas representam, fazemo-lo através de palavras. Usamos palavras para descrever imagens, da mesma forma que utilizamos imagens para exemplificar o que de outra forma não seria completamente compreensível através de palavras.

Tal como Glenn Jordan afirmou:

Jack Sullivan's art is an exercise in democratising history. (...) he draws and paints ordinary people and "forgotten heroes", seeking to lend them visibility and dignity (...) he paints characters, places and scenes that local people will recognise and remember. (Jordan, 2002:9)

De facto, os desenhos de Sullivan destinam-se a olhares comuns e promovem a democracia cultural no sentido em que ele se preocupa com as pessoas comuns da classe trabalhadora, as quais são representadas nas suas actividades diárias nas ruas, elas próprias locais democratizantes. Os desenhos de Sullivan são, pois, um exemplo de como a história pode ser re-escrita de baixo para cima, onde a voz de pessoas comuns pode ser ouvida acerca do local onde viveram. Eu diria que Sullivan enquanto artista, ainda que amador, possui uma intenção política, assim como humanista, a de revelar a vida daqueles que viviam em *Tiger Bay* e que eram muitas vezes descriminados. Através da sua arte, Sullivan pretendia mostrar que estas eram pessoas comuns que conduziam as suas vidas simples, que partilhavam os seus problemas e que tentavam lidar com esses mesmos problemas da melhor forma possível. Estes são, pois, os actores deste teatro do passado que é a memória; pessoas comuns que desenvolvem as suas actividades quotidianas na rua, o palco do teatro nestes desenhos.

Apresentando-se como memórias colectivamente partilhadas e imaginadas que residentes e outsiders possuem desta comunidade, esses desenhos democratizam práticas culturais da memória individual e colectiva. Dão a conhecer esta comunidade a todos. Com os desenhos e outras representações desta comunidade que se tornam em memórias colectivas, a comunidade das docas de Cardiff é imortalizada e perpetuada, apesar de fisicamente inexistente. Torna-se, assim, em "comunidade imaginada" (Anderson, 1983), construída pelas diferentes memórias que as pessoas dela possuem e que a tornam viva.

Sendo este um artigo sobre memórias desta comunidade, termino com um poema de Harry Cooke, intitulado Old Tiger Bay e que recorda esta comunidade:

*Old Tiger Bay, old Tiger Bay,
I treasure your memory in every known way
those two-storeyed houses with front doors ajar
the sound of a piano from each jolly bar.*

*A canvas of life in a terraced square mile
where neighbours made time to converse for a while
boarding house, café, a sly gambling den
seamen and dockers... Revenue men.*

*Street vendors and hawker, who'd stopped by your door
with paraffin, cockles, oilcloth for the floor.
the corner shop chippy, a sixpenny treat
as noses on window, kids watch from the street.*

*Outsiders viewed your name in alarm
but they knew not the pleasure, the fun and the charm
of the boy on the corner on a warm summer's night
strumming guitars "neath the mellow lamplight.*

*Of weddings, street parties, the girls starched and clean,
and the little old ladies in their best bombazine.
the bookies, the packmen, the haves and the have nots,
dancing the polka in humanity's plot.*

*Nostalgia grows stronger as day follows day,
for the vanished mystique ... that was old Tiger Bay.*

Cooke (1995:99-100)

Bibliografia

- Anderson, B., (1983) *Imagined Communities: Reflections on the Origins and Spread of Nationalism*, Verso, London.
- Chappell, P.G., (1994) *A Tiger Bay Childhood: Growing up in the 1930s*, Butetown History and Arts Centre, Cardiff.
- Connerton, P., (1989) *How Societies Remember*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Cooke, H., (1995) *How I Saw It: A Stroll Thro' Old Cardiff Bay*. Butetown History and Arts Centre, Cardiff.
- Eber, D.E., Neal, A.G., (org.) (2001) *Memory and Representation: Constructed Truths and Competing Realities*, Bowling Green State University Popular Press, Bowling Green.
- Halbwachs, M., (1992) *On Collective Memory*, The University of Chicago Press, Chicago.
- Jordan, G., (org.) (2002) *Tramp Steamers, Seamen & Sailor Town*, Butetown History and Arts Centre, Cardiff.

Lloyd, B., (1950) “Down the Bay” in *Picture Post*, 22nd April 1950.

Llwyd, A., (2005) *Cymru Ddu / Black Wales: A History*, Hughes in Association with Butetown History and Arts Centre, Cardiff.

Misztal, B.A., (2003) *Theories of Social Remembering*, Open University Press, Berkshire.

Sinclair, N., (2003) *Endangered Tiger: A Community Under Threat*, Butetown History and Arts Centre, Cardiff.

Williams, R., (1961) *The Long Revolution*, Penguin Books in Association with Chatto & Windus, Middlesex.

A CONSTRUÇÃO DA PRÉ-MODERNIDADE: UM DISCURSO TURÍSTICO SOBRE PORTUGAL¹

All over the world the unsung armies of semiotics, the tourists, are fanning out in search of signs of Frenchness, typical Italian behavior, exemplary Oriental scenes, typical American thruways, traditional English pubs; [...] In their most specifically tourist behavior (...), tourists are the agents of semiotics: all over the world they are engaged in reading cities, landscapes and cultures as sign systems.

(Culler, 1988: 91)

Modernity is dystopia and tourism the search for utopia.

(Meethan, 2001: 91)

O turismo contemporâneo encontra-se intrinsecamente associado à busca ansiada de lugares imaginados, tendo muito pouco a ver com geografias reais e a exploração de territórios que deixaram de ser verdadeiramente desconhecidos. À medida que os percursos batidos de um mundo globalizado se tornam cada vez mais saturados e virtualmente acessíveis através de um mero clique do rato informático, os turistas parecem estar progressivamente envolvidos em procuras quixotescas, movendo-se sobre “as transparências de uma segunda topografia”, identificando e reconhecendo, no mundo real, os frutos da sua

Maria João Cordeiro

Escola Superior de Tecnologia e Gestão do
Instituto Politécnico de Beja

¹ O presente artigo, apresentado na 4th “Language, Communication, Culture International Conference” (Lisboa, Novembro de 2006), baseia-se nas conclusões principais da minha dissertação de doutoramento sobre Portugal na literatura turística alemã contemporânea, tendo como objecto de análise guias de viagem e artigos de imprensa publicados entre 1980 e 2006.

imaginação (Schülze, 1998: 51). Os movimentos turísticos seguem, pois, em larga medida, uma cartografia interiorizada, colorida e animada pela imaginação humana e pelas fantasias colectivas, inspiradas e consolidadas por discursos prevalecentes e oriundos de várias fontes, como o cinema e a literatura (Hennig, 1997: 95.)

Um dos mais poderosos promotores do discurso turístico é constituído por um género literário discreto, praticamente “invisível”, secundarizado e mesmo marginalizado pela crítica cultural anti-turística, que o relega, desde, pelo menos, a aparição da sua versão moderna no contexto do advento turístico, para um estatuto subalterno relativamente aos “parentes ricos” da secular tradição da literatura de viagens. Trata-se do guia de viagem, que, apesar das múltiplas e diversificadas opções pós-modernas, providenciadas pela Internet, para a preparação e orientação turísticas, permanece o fiel companheiro de viagem mais vendido do mercado livreiro, fazendo parte integrante de um conjunto de rituais e estruturas de comportamento que compõem a universalidade dos actos turísticos.

A par de outros tipos “menos reconhecidos” de literatura de índole turística, os guias de viagem chamam a si declaradamente a responsabilidade de representação cultural, participando activamente num processo de transformação simbólica de lugares com existência real em destinos apetecidos de viagem, isto é, atribuindo-lhes conteúdos oníricos associados a mitos e utopias turísticas de incontestável popularidade.

Assim sendo, e dado que são, com efeito, importantes veículos de informação sociocultural, os guias constituem um recurso valioso na investigação da construção do outro e, mais especificamente, de um geografia imaginária, baseada em sistemas de projecção simbólica.

O presente artigo aborda a construção de um país chamado Portugal, em particular quanto à forma como ela se entrelaça com uma narrativa maior do turismo contemporâneo, que identifica as deslocações turísticas com a busca de um determinado conjunto de valores ou realidades alegadamente perdidos ou em risco de extinção no mundo moderno.

A ideia dominante, na actualidade, da perda de valores intrinsecamente positivos provém de uma paradoxal noção de desconforto espiritual, alojado no coração do Homem Moderno. Com efeito, apesar das importantes conquistas tecnológicas e dos inegáveis avanços civilizacionais, a modernidade corresponde a um conceito cultural negativamente denso e pesado, em torno do qual se cristalizou um sentido inquietante de fracasso e desilusão relativamente ao estado do desenvolvimento humano.

Um impressionante conjunto de reflexões críticas converge, com efeito, para o que Meethan (2001: 13) chamou uma “visão distópica da modernidade”. A bem conhecida imagem, celebrenemente cunhada por Max Weber (1903/2000), do homem preso na gaiola de ferro exprime de forma notável esta consciência moderna da alienação humana e dos poderes castradores das rotinas mecanizadas e da industrialização. Sigmund Freud (1930/1974), no contexto da sua teoria sobre a sexualidade humana, atribuiu este “Unbehagen in der Kultur” a um desequilíbrio cada vez mais acentuado entre o homem e a natureza: o ser humano, na sua condição quase divina, tendo ultrapassado muitas das suas limitações físicas, não logrou, porém, atingir a felicidade total e absoluta.

George Steiner (1971), por seu turno, também falou das disparidades das sociedades desenvolvidas, do preço elevado pago pela modernidade e da contradição inerente aos triunfos do homem:

[...] material progress is implicated in a dialectic of concomitant damage, [...] it destroys irreparable equilibria between society and nature. Technical advances, superb in themselves, are operative in the ruin of primary living systems and ecologies. (id., ibid.: 78)

Berman (1983), no seu clássico contributo sobre a experiência da modernidade, salientou justamente os paradoxos subjacentes a uma era que, se por um lado, condensa a promessa de transformação positiva do homem, encerra, por outro, a semente da sua própria destruição. A experiência da modernidade surge, pois, como uma experiência de contradição, angústia e incerteza num universo em que, como afirma Berman, recorrendo à expressão de Marx, “tudo o que é sólido se dilui no ar”.

O tropo do poder corrosivo da modernidade é talvez exemplarmente sintetizado, no contexto da reflexão sobre o fenómeno da massificação de Walter Benjamin (1939/1980), pela poderosa metáfora da quebra da aura emanada pelos objectos de arte, a partir do momento da possibilidade da sua reprodução, isto é, a partir do momento em que deixam de ter uma existência autêntica, única e irrepetível (inatingível), passando a estar disponíveis como objectos de consumo e próximos da trivialidade quotidiana. O conceito benjaminiano da destruição aurática, produzido pela visão atormentada sobre a cultura em crise iniciada no século XIX e relacionado com o advento da sociedade massificada e consumista, mantém-se como utensílio conceptual válido na abordagem pós-moderna da contemporaneidade. Com efeito, o pessimismo cultural da modernidade encontrou eco nos argumentos pós-modernos da fragmentação e descentralização alegadamente características do mundo actual, ou, nos termos de Bauman (2000), do seu carácter permanentemente volátil, leve e líquido.

A modernidade constitui, pois, como declara Meethan (2001: 6) “*a form not only of social order, but also a form of conceptualising the world*”, assente num processo de diferenciação e afirmação de noções antitéticas e contrastes flagrantes entre o passado e o presente, o moderno e o primitivo e o tradicional, uma ideia avançada por MacCannell (1999: 7-8) no seu trabalho embrionário sobre o turismo:

The deep structure of modernity is a totalizing idea, a modern mentality that sets modern society in opposition both to its own past and to those societies of the present that are premodern or un(der)developed.

A conceptualização da modernidade como algo negativo e destrutivo forja, por outro lado, uma contrapartida supostamente positiva em torno de valores não-modernos, como o arcaísmo, a natureza e a tradição. A efemeridade das relações, a dinâmica e o crescimento urbanos incontroláveis, a sensação de vazio são alguns dos elementos da narrativa construída sobre a modernidade, a par de uma outra bem mais luminosa e nostálgica, tecida em torno de um tempo que se crê estável, duradouro e natural.

O turismo alimenta-se desta perspectiva agudamente antitética, que localiza o realmente extraordinário num mundo imaginado de harmonia não corrompida, de uma pré-modernidade original e autêntica. O turismo tem, com efeito, participado no movimento nostálgico “quase epidémico” que fomenta os sonhos contemporâneos “*of escaping the confines of the present*” (Lowenthal, 1985: 4), promovendo viagens sedutoras, ainda que ilusórias, a um tempo passado supostamente não tocado, para utilizar a uma imagem apropriada de Berman (1983), pelo “beijo de morte da modernidade”.

Portugal presta-se ao desenvolvimento do popular discurso sobre o pré-moderno. Uma análise da literatura turística alemã sobre o país² conduziu à conclusão genérica de que tem sido consistentemente construída a ideia de Portugal como reduto da pré-modernidade e cujo fascínio como destino consiste na preservação de um tempo já passado em outras latitudes, nomeadamente da Europa.

De seguida, serão brevemente apresentadas algumas ideias reveladas pela análise, à luz de cinco categorias que congregam linhas orientadoras da “formação discursiva” sobre o pré-moderno: a) tempo congelado; b) mundo ameaçado; c) humanidade; d) caos orgânico; e) autenticidade.

Tempo congelado prende-se com o discurso nostálgico sobre uma realidade intocada e preservada, presa ao passado, encerrada na redoma “maravilhosa” do arcaísmo. A expressão “onde o tempo parou” é, provavelmente, a mais recorrentemente utilizada para sublinhar a ideia de um país fossilífero, suspenso na história, rico em resquícios sólidos de um passado inerte, materializados sobretudo nos inúmeros exemplos do património edificado português. Uma viagem por Portugal assemelha-se a uma viagem pelos cenários inanimados da história, pelos testemunhos construídos, cujo sempre sublinhado surpreendente bom estado de conservação alegadamente evoca, de forma insuperavelmente genuína, várias épocas históricas. Um país cujo carácter museológico nada tem de clausura bafienta ou de reconstrução artificial, mas surge com o fulgor vivo da autenticidade.

Um exemplo destas relíquias constituem as abundantes aldeias medievais em Portugal que os guias unanimemente encorajam a visitar: pérolas da conservação arquitectónica do passado, pontinhos esquecidos no mapa, estagnados num sonho de belas adormecidas.

A Idade Média, que ficou na história sob o estereótipo de uma época negra de sofrimentos e múltiplos temores, é a época idealizada e glorificada pelos guias: de visita obrigatória são as aldeias de traça medieval ou, no caso das cidades, os centros históricos de tranquilidade intocada e original, onde a bitola estética é um quadro de quietude petrificada — o largo central com uma fonte, a igreja, o castelo, a muralha.

A par das aldeias históricas, exemplos desolados do abandono rural português, ou, na transformação operada pela cosmética discursiva turística, os “refúgios” bem conservados do medievalismo, são ainda dignas de nota as inúmeras referências à utilização de burros e carroças na vida quotidiana rural portuguesa. São eles os ícones mais emblemáticos da pré-modernidade, os representantes exóticos do ritmo (e do atraso) pré-industriais.

O símbolo urbano pré-moderno é o eléctrico, uma relíquia em movimento, há muito extinta em outras zonas da Europa. Estes fósseis amarelos (em especial a linha 28 em Lisboa) representam uma experiência urbana de natureza multi-sensorial, quase visceral, que se encontra completamente arredada das cidades modernas actuais. O eléctrico penetra a cidade, oferecendo ao visitante não só um contacto visual, mas também táctil, olfactivo e auditivo. Estendendo os braços para fora da janela, pode tocar-se nas casas; o cheiro a sardinhas assadas e bacalhau seco enche o ar, os movimentos lentos e os solavancos do eléctrico tornam possível espreitar para o interior das casas particulares; a viagem nestes veículos de madeira é, por si só, um reviver de sons aparentemente esquecidos ou perdidos, como o guinchar ou o tilintar dos freios.

Outros elementos adicionais do arcaísmo português, resquícios da era rural ainda em funcionamento, são os moinhos e espigueiros, também eles recorrentemente salientados pelos guias

² A análise de conteúdo realizada incidia sobre 30 guias e 70 artigos de imprensa. Dado o contexto da conferência, em que foi apresentado inicialmente o presente texto, limitar-me-ei à apresentação de algumas conclusões.

na paisagem portuguesa. Enquanto símbolos romantizados do engenho humano em colaboração com as forças da natureza, remetem para formas de vida simples, pré-industriais e comunitárias. Uma segunda categoria pré-moderna remete para uma linha discursiva centrada na ideia de um passado vivo, constituído por práticas, hábitos e tradições ameaçados de extinção, mas ainda relutante em morrer e em ceder totalmente perante a modernidade. É um mundo à beira do desaparecimento, em vias de se tornar vestígio. Nesta categoria, encontram-se inúmeras referências a profissões antigas sobreviventes, como os pescadores, corticeiros, lavadeiras, oleiros, calceteiros, cesteiros,...

A mais popular delas é, claro está, a dos pescadores, cujos barcos de cores garridas continuam a ser um motivo fotográfico dominante das capas dos guias. Mas Portugal como um país de pescadores é mera ficção. Como afirmou o sociólogo francês Jean-Didier Urbain (2002), o turismo e a conquista turística das praias implicaram a morte do pescador, o qual se tornou, por sua vez, mero elemento estético de uma paisagem típica, uma espécie de selvagem exótico costeiro, para sempre capturado no código do pitoresco.

Também ameaçadas pela industrialização se encontram tradições culturais de vária ordem, modos comunitários de vida e trabalho, como o pisar das uvas na produção vinícola, um exemplo flagrante da resistência à introdução da máquina, que é incorporado no discurso turístico como uma espécie de garantia para a qualidade e requinte do produto. O espectáculo de singularidade única que é o trabalho manual, em equipa e demorado, implica o envolvimento directo do corpo humano no esmagamento da uva, um ritual que a utilização da máquina fará desaparecer, impondo regras de higienização e ritmos velozes de produção.

Outros objectos pré-modernos, em perigo de extinção, destacados pelo olhar turístico alemão em Portugal, são os mercados de bairro e regionais e as pequenas lojas tradicionais. Aqui, ainda impera a confusão "oriental": o caos da oferta, a arrumação que não segue um critério sanitário, os cheiros dos produtos não eliminados pelo empacotamento e acomodação industriais. Aqui, encontram-se objectos de outra era, obsoletos e inexistentes nas prateleiras das superfícies comerciais modernas — peças únicas que lembram gestos quotidianos desaparecidos. Aqui também se cultivam ainda as relações interpessoais que se estabelecem no acto de compra e venda: uma arte delicada da comunicação paciente, contrária ao consumo frenético nos supermercados e centros comerciais, sujeita às leis demoradas da prestação de um serviço individualizado: aconselhamento, mostragem e comparação de artigos, pesagem a pedido do cliente e embalagem personalizada do produto.

A terceira categoria pré-moderna prende-se com uma dimensão humanizada supostamente ausente da vida moderna. Esta categoria pode ser ilustrada por um grande número de referências a locais de encontro e convivialidade entre pessoas, sendo o mais importante dos quais o largo público, normalmente localizado no centro das localidades. No seu estudo sobre a vida pública e as implicações da modernização urbana sobre ela, Richard Sennett (2002: 55) salientou que "the restructuring of population through the planning of squares held back the square itself as a central place of multiple use, of meeting and observing". Nos guias de viagem analisados, a vida pública surge, com efeito, sobretudo, na ocupação deste espaço não-moderno: o largo (e à sua semelhança, o jardim, o miradouro, a esplanada, o café, a tasca) assume preponderância como local de encontro, caracterizando-se por uma intensa sociabilidade e atmosfera idílica, onde se passa o tempo na companhia dos outros, desempenhando múltiplas actividades, como numa segunda casa, onde se "desfruta da vida": para estar, passear, deixar fruir o tempo.

Outra característica salientada pelos guias é a abertura e a afabilidade do ser português na relação com o estrangeiro. Sorrindo e acenando, os Portugueses surgem sempre disponíveis para prestar ajuda — um traço hospitaleiro e generoso do carácter português que contribui para a caracterização idílica de um povo não tocado pela suposta insensibilidade das relações sociais no contexto urbano moderno, e que se revela, portanto, prestável e solidariamente atento ao outro, originalmente bondoso e inocente.

A quarta categoria remete para a declarada preferência dos guias por descrições do caos “maravilhosamente” orgânico, espontâneo e imprevisível da vida dos bairros antigos, os corações pulsantes das cidades, as perfeitas antíteses da racionalidade da organização urbana moderna com as suas avenidas largas, edifícios monumentais, ruas de asfalto bem iluminadas, onde a vida pública é objectivamente controlada e existe uma estrutura ordenada de funções e actividades. Enquanto aqui a vida é organizada para ser exibida, nos centros históricos, ela ocorre sem regras: o espaço é espontaneamente ocupado por floristas, vendedores ambulantes, músicos de rua, engraxadores. As ruas não são, na verdade, ruas, mas ruelas, travessas apertadas e becos sem saída, recantos escuros e escadarias; aqui, a desordem topográfica desafia o sentido de orientação, tornando possível a experiência verdadeiramente arcaica de *estar perdido*. Trata-se, aqui, do domínio íntimo das vizinhanças, onde os autóctones são supostamente apanhados desprevenidos nos seus afazeres domésticos. As esferas pública e privada misturam-se, ou melhor, o espaço público é invadido pelas actividades privadas, indiciadas pelas janelas abertas, com roupa pendurada nos estendais a secar ao sol, emolduradas por gaiolas de aves canoras e vasos floridos; pelas pessoas conversando nas esquinas ou nas soleiras das portas, pelos aromas intensos a comida, os sons e as vozes provenientes das habitações, das tascas ou das lojas. As crianças brincam despreocupadamente nas ruas, improvisam-se postos de venda, nos fogareiros, à porta das casas, assam-se sardinhas. Todos estes aspectos surgem como apontamentos de cenários pitorescos, sinais muitas vezes interpretados como indicadores da felicidade e da vida tranquila das populações.

Por fim, a quinta categoria identifica uma importante palavra-chave da pré-modernidade: “o verdadeiramente autêntico”. A modernidade conceptualiza-se a si própria como votada ao artificialismo e à homogeneização, constituindo o trabalho maquinal, a massificação sem rosto e a estandardização tópicos marcantes das disrupções atribuídas à modernidade. Os guias fornecem múltiplos exemplos da valorização do natural, do tradicionalmente simples e das coisas únicas e singulares. O domínio gastronómico é, neste aspecto, particularmente rico em referências elogiosas às especialidades locais/regionais, nomeadamente pela utilização de ingredientes “típicos” e pela criatividade improvisada de chefes sem diploma que conferem à gastronomia uma identidade (única), por oposição ao requinte elaborado (desprovido de identidade) da cozinha internacional, assente em sabores fabricados e aprendidos. A autenticidade gastronómica é acentuada por uma retórica da frescura dos alimentos não adulterados, saídos directamente da natureza. Portugal parece destacar-se pela inexistência de produtos enlatados e ultracongelados e pela profusão de iguarias simples, frescas, caseiras e saudáveis, desfrutáveis em restaurantes e tabernas de ambiente familiar, frequentados pelos autóctones, onde muitas vezes se encontra a figura de “uma mãe” ao fogão cozinhando uma refeição deliciosa.

O artesanato é outro dos tópicos recorrentes dos guias, não só no discurso sobre a preservação de tradições ancestrais, mas também como elogio da manualidade. Os leitores/turistas são encorajados a olhar para dentro das oficinas para observar os artesãos a trabalhar: o trabalho pré-

industrial, das mãos hábeis e peças únicas produzidas ao vivo, sem automação, sem linha de montagem, sem produção massificada, é um espectáculo extinto em outras partes, mas que aqui ainda subsiste.

O fado como manifestação típica das emoções genuínas e dos sentimentos espontâneos e profundos de um povo, é também frequentemente representado como a expressão autêntica, quase mística do carácter nacional, apreciado quando cantado espontaneamente em tabernas por cantores amadores, que ainda não sucumbiram à fabricação turística. Aqui, a sentimentalidade não é espectáculo de entretenimento, mas simplesmente uma experiência espontânea vivida e partilhada num círculo restrito de uma assistência comovida: um espectáculo dificilmente compreensível por não portugueses, uma herança ancestral persistentemente preservada como um traço autêntico do carácter não corrompido de um povo.

País congelado no tempo e relutante em submeter-se aos avanços da modernidade, reduto de idílios pré-modernos, povo autêntico e sentimental: Portugal presta-se à viagem nostálgica a um passado e à exaltação de um tempo que se sobrepõe obsessivamente ao presente, ofuscando quaisquer sinais de modernização.

Fado cantado em tabernas escuras, pescadores a coser as suas redes na praia, aldeias medievais intactas, burros a passar carregados de palha, velhos a jogar cartas em jardins-oásis urbanos, rostos amigáveis sorrindo às janelas: tudo isto são objectos criteriosamente escolhidos na paisagem portuguesa, que preenchem funções fulcrais na estruturação do olhar turístico, o qual é deliberadamente dirigido não para “o que realmente é”, mas para os sinais tranquilizadores de uma utopia que só existe preservada num lugar imaginário.

Bibliografia

- Bauman, Z. (2000) *Liquid Modernity*, Polity Press, Cambridge.
- Benjamin, W. (1980) „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“ [1939], in W. Benjamin, *Gesammelte Schriften*, Bd. I-2, hrsg. von Tillman Rexroth Suhrkamp, Frankfurt am Main, pp. 605-653.
- Berman, M. (1983) *All That is Solid melts into Air – The Experience of Modernity*, Verso, London/New York.
- Culler, J. (1988) “The Semiotics of Tourism”, in J. Culler, *Framing the Sign – Criticism and its Institutions*, Oklahoma Press, Oklahoma, pp. 153-167.
- Freud, S. (1974) „Das Unbehagen in der Kultur“ [1930], in S. Freud, *Studienausgabe*, Bd. IX (Fragen der Gesellschaft und der Religion), Fischer, Frankfurt am Main.
- Hennig, C. (1997) *Reiselust. Touristen und Urlaubskultur*, Suhrkamp, Frankfurt am Main/Leipzig.
- Lowenthal, D. (1985) *The Past is a Foreign Country*, Cambridge University Press, Cambridge.
- MacCannell, D. (1999) [1976] *The Tourist – A New Theory of the Leisure Class*, University of California Press, Berkeley, California.
- Meethan, K. (2001) *Tourism in Global Society – Place, Culture, Consumption*, Palgrave, Hampshire.
- Sennett, R. (2002) [1974] *The Fall of Public Man*, Penguin Books, London.
- Schütze, J. K. (1998) „Es gibt keinen Grund, das Reisen den Büchern vorzuziehen“, *Voyage. Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung*, pp. 50-52.
- Steiner, G. (1971) *In Bluebeard's Castle – Some Notes towards the Re-definition of Culture*, Faber and Faber, London.
- Urbain, J.-D. (2002) [1994] *Sur la Plage – Mœurs et Coutumes Balnéaires (XIX^e-XX^e siècles)*, Payot & Rivages, Paris.
- Weber, M. (2000) [1903] *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*, Beltz Athenäum, Weinheim.

A PONTE QUEBRADA: SOBRE O PAPEL DA LINGUAGEM COMO FORMA DE CONHECIMENTO E COMUNICAÇÃO EM ROMANCES PÓS-MODERNOS

I simply hold that it is difficult to make oneself understood, not impossible.

(Eugene Ionesco, in Esslin, 1969: 101)¹

Os limites da poesia

“Ni jamás hombre humano contar podría” (Petrarca), *“Un cielo innombrable”* (Novalis), *“feliz inexpressable noche”* (Novalis), *“no he venido a decir nada”* (Paul Claudel), ... todos já alguma vez viveram a experiência de que as suas próprias palavras não eram capazes de transmitir o que pretendiam transmitir. “Não sou capaz de explicar...”, dizemos muitas vezes. Mas estas citações provêm de “profissionais” da linguagem, de escritores, e mais especificamente de poetas, que supostamente controlam a língua mais do que o cidadão comum, são capazes de levar a linguagem aos seus limites, de exprimir o que parece impossível exprimir. Mas poetas de tempos distintos confessam – não de forma sistemática, mas através de algumas expressões – que também conhecem os limites da linguagem. Será que a literatura – pelo menos, alguma literatura – é por conseguinte uma actividade paradoxal, o paradoxo de dizer que algumas coisas não podem ser ditas, de exprimir que a linguagem é incapaz de exprimir alguns sentimentos, algumas experiências?

Nos poemas de Petrarca, nem uma vez é a incapacidade da linguagem mencionada. A

Enrique Banús
Iñigo Barbancho
Consuela Dobrescu
Sílvia Sousa
Universidade de Navarra

¹ A citação de Ionesco foi originalmente publicada em “The Playwright’s Role”, in *The Observer*, London, 29 de Junho, 1958.

citação é do famoso poema número LXXVII do *Canzoniere*, que começa com as palavras “Gentil mia donna”. Aqui, o poeta descreve os efeitos que o movimento de olhos da sua amada Laura tem sobre ele: contem uma luz (“*un dolce lume*”) que mostra o caminho para o Céu (“*la vista ch’ a ben far m’induce*”), mas também o separa das pessoas comuns (“*dal vulgo m’allontana*”). Os efeitos na vida do poeta são desta forma claramente descritos: as palavras conseguem fazê-lo, são um instrumento adequado. Mas então, no que toca ao mundo interior, “*né già mai lingua umana contar poria quel che le due divine luci sentir mi fanno*”, a linguagem humana é incapaz de dizer seja o que for sobre os sentimentos causados por essa visão. É incapaz não só de facto, mas em essência: a linguagem nunca o fará, há uma carreira que a linguagem nunca ultrapassará. O mundo da interioridade não é acessível a palavras, é o mundo em que cada um vive, isolado – alegremente isolado.

Muito semelhante é a atitude basilar na segunda citação, do romancista alemão Novalis. Inclui-se num pequeno poema dedicado a Nossa Senhora. Ele, o protestante, escreveu um poema cheio de devoção e reconhecimento a Maria. O poema refere a rica imagética Mariana existente (“*Ich sehe Dich in tausend Bildern*”), mas reconhece imediatamente que nenhuma destas imagens – esculturas ou pinturas – consegue reproduzir a imagem que existe na interioridade do poeta (“*keins von allen kann Dich schildern wie meine Seele Dich erblickt*”). Aqui, são sublinhados os limites da arte, e o poema tenta trazer ao primeiro plano os efeitos da sua visão interior. É neste contexto que é usada a frase citada: mais uma vez, a visão, neste caso a visão interior, produz sentimentos “*im Gemüte*”², uma condição espiritual com dois elementos: uma quietude que é consequência da separação do ruído do mundo (“*ich weiss nur, dass der Welt Getümmel seitdem mir wie im Traum verweht*”) e um sentimento de Céu. Este sentimento é qualificado como “*süss*” – que é traduzido por “*sweet*”, mas sem as conotações desta palavra inglesa -; e mesmo esta qualidade celestial, que permanece firmemente estabelecida no “*Gemüt*”, não consegue ser expressa, é “*unnennbar*” (“*ein unnennbar süsser Himmel mir ewig im Gemüte steht*”). A arte tem os seus limites, a linguagem tem os seus limites: o mundo interior é mais rico do que todas as capacidades humanas para o trazer à superfície. A descoberta da interioridade pelos Românticos está ligada à consideração de que, no final, o mundo interior permanece inacessível à descrição, à expressão.

É no seu relevante “*Hymnen an die Nacht*” que Novalis usa a outra expressão citada, a “*unaussprechliche Nacht*”, a “noite inexprimível”, a qual está ligada a dois outros adjectivos: “*heilig*” e “*geheimnisvoll*” – “sagrada” e “misteriosa”. Sim, sagrada e misteriosa é a noite, mas também inexprimível. E esta noite, que também o separa do mundo (“*Fernab liegt die Welt*”) provoca reacções no seu mundo interior³: neste caso, alegria, que é “segredo sombrio e inexprimível” (“*Dunkel und unaussprechlich Heimlich*”), como a própria noite, uma alegria que pressagia o Céu (“*Freuden, die uns Einen Himmel ahnden lassen*”). Sim, mais uma vez, no mundo da interioridade há sensações que não podem ser expressas, mas há igualmente elementos no mundo que não podem ser descritas por palavras.

Será por acaso que as palavras de Paul Claudel citadas se incluem também num poema religioso, mais precisamente, num poema dedicado a Maria, como a primeira citação de Novalis? Escrito após a Primeira Guerra Mundial, descreve – na primeira pessoa – a entrada numa igreja (de novo, uma certa separação do mundo: “*Je vois l’église ouverte. Il faut entrer*”) – mas na realidade não para

² A palavra chave para o Romantismo alemão tem de permanecer sem tradução, porque os correspondentes em inglês (por exemplo, “*mind*”) não conseguem transmitir todas as vibrações da expressão alemã.

³ “... *Was hältst du / Unter deinem Mantel / Das mir unsichtbar kräftig / An die Seele geht?*”

rezar (*"Mère de Jésus-Christ, je ne viens pas prier"*), não para falar com palavras (*"ne rien dire"*), apenas para lá ficar, diante de uma escultura de Nossa Senhora, e para olhar para ela: *"Ne rien dire, regarder votre visage"*: *"Je viens seulement, Mère, pour vous regarder"*. É um poema sobre o silêncio – e, surpreendentemente, sobre outra linguagem, a linguagem do coração, que canta: *"laisser le coeur chanter dans son propre langage"*. E esta canção exprime todas as razões que o coração tem para cantar. Mais uma vez, a linguagem comum não é apropriada para dar destaque a interioridade; uma forma diferente de expressão é proposta aqui para exprimir uma longa lista de razões para estas canções, razões que se tornam cada vez mais simples – e ao mesmo tempo cada vez mais profundas: terminam com o intenso: *"Parce que vous êtes là pour toujours, simplement parce que vous êtes Marie, simplement parce que vous existez"* – a existência em si mesma e a existência para os outros são os motivos mais profundos do dar graças (*"soyez remerciée"*) – e esta palavra o poema termina. Penetrou as razões mais profundas de uma relação, é uma acção de graças para a qual as palavras são desvalorizadas – num maravilhoso paradoxo – como perturbadoras numa ocasião em que todo o mundo parece ficar estático (*"pendant que tout s'arrête"*).

Uma e outra vez, a poesia exprime que há coisas inexprimíveis, que a linguagem não só comunica, como também isola, que há aspectos sobre os quais o único que pode ser dito é que não há nada a dizer. Referem-se em particular ao mundo da interioridade e, muitas vezes, a aspectos religiosos: isso é o que parece essencialmente ultrapassar a capacidade da linguagem, "arrasá-la", revelar a sua radical insuficiência. A literatura como paradoxo? Ou a literatura como sabedoria?

Não apenas poetas

Contudo, não é apenas na poesia que esta radical incapacidade surge. Algumas personagens de romance também a exprimem. Se na poesia parece referir-se, através do tempo, a algumas áreas da vida, no romance parece manifestar-se especialmente em "tempos de crise".

Não há dúvida que os anos 70 do século XVIII, quando o Pré-Romantismo surge na Alemanha (*"Sturm und Drang"*), não podem ser considerados anos de crise: o optimismo Iluminista não conseguia limpar algumas nuvens de tempestade, a racionalidade surge como a aplicação fria de princípios que ignoram a realidade vital do ser humano, o progresso parece um humor que não reconhece adversidade.

Durante estes anos, Johann Wolfgang von Goethe – ainda sob uma certa influência de Herder – partilha muitos dos postulados Pré-Românticos. O seu romance *Die Leiden des Jungen Werther* tornar-se-á na obra mais representativa do Pré-Romantismo alemão. Nela, em diversos passos, Werther reflecte a incapacidade da linguagem de transmitir a realidade. É tanto assim que, na segunda parte do romance, as palavras não conseguem exprimir o profundo pesar que Werther sente, agora que Albert regressou e a impossibilidade do amor por Charlotte se torna uma insustentável realidade.

¡Con sólo contemplar sus ojos negros me encuentro ya a gusto! Fíjate, lo que me inquieta es que Albert no parece tan feliz como él... esperaba, como yo... creería ser si... No me gustan los puntos suspensivos, pero es que ahora no sé expresarme de otra manera... y me parece que soy bastante claro. (Goethe, 2005: 137)

A linguagem não é contínua, as reticências compilam o que não se consegue exprimir. Muito antes, quando se encontrou com Charlotte, as palavras mais uma vez são incapazes de exprimir a imensa felicidade sentida por Werther.

Nunca fui tan feliz, ni nunca mi sentimiento de la naturaleza fue más vivo y profundo y, sin embargo... No sé cómo expresarme, mi fuerza imaginativa es tan débil, todo flota y se agita ante mi alma, que me siento incapaz de captar ni un perfil; pero si dispusiese de arcilla o cera modelaría cualquier cosa. (2005: 91)

Ao contrário do poema de Novalis, Werther sente que outras artes poderão ser capazes de capturar toda a riqueza do seu mundo interior. Ou talvez não? Talvez apenas deseje formar “o que encontrar” de forma a purgar dele o seu estado interior de desassossego. Porque afirma algo que vai para além da serenidade com que os poetas costumavam exprimir que há algo inexprimível. Aqui, o mundo “flui e agita-se”, a alma não consegue reduzi-lo a categorias. O problema não se encontra mais nas palavras, o problema reside na capacidade da alma inquieta.

Crise de linguagem, mas também crise de percepção? Em larga medida, está ligada à descoberta da interioridade e dos seus tesouros. Curiosamente, nos romances pós-modernos também a limitação da linguagem surge como tema. Após mais de duzentos anos, noutra tempo de crise, o mesmo motivo.

Pós-modernismo e a crise da linguagem

Numa primeira leitura de *Disgrace*, de Coetzee, em relação a este tema, poder-se-ia ter a impressão de que aqui é apresentado um tema pós-colonial. Por exemplo, afirma o autor:

More and more he [the protagonist] is convinced that English is an unfit medium for the truth of South Africa. Stretches of English code whole sentences long have thickened, lost their articulations, their articulateness, their articulatedness. Like a dinosaur expiring and settling in the mud, the language has stiffened. Pressed into the mould of English, Petru's story would come out arthritic, bygone. (1999: 117)

Mas a questão é mais profunda. O protagonista deste romance é professor de Comunicação, Técnicas de Comunicação e Técnicas de Comunicação Avançadas. (1999: 101, 201) Mas, surpreendentemente,

although he devotes hours of each day to his new discipline, he finds its first premise, as enunciated in the Communications 101 handbook, preposterous: “Human society has created language in order that we may communicate our thoughts, feelings and intentions to each other”. His own opinion, which he does not air, is that the origins of speech lie in song, and the origins of song in the need to fill out with sound the overlarge and rather empty human soul. (1999: 3)

Ceticismo diante da opinião de que a linguagem é criada para comunicar o mundo interior⁴ – em vez desta teoria, uma visão da linguagem é criada para preencher a alma humana vazia.

⁴ Em outras partes do romance, encontramos exemplos que ilustram que a linguagem não consegue ajudar a estabelecer a comunicação, mas a evitar a solidão: “*He speaks Italian, he speaks French, but Italian and French will not save him here in darkest Africa. He is helpless*” (1999: 95); “*Ettinger is a surly old man who speaks English with a marked German accent. His wife is dead, his children have gone back to Germany, he is the only one left in Africa*” (1999: 100).

Vazio, desenraizamento é uma característica de vários romances que poderiam ser incluídos na difícil categoria de “pós-modernismo”. Um deles é *Moon Palace*, de Paul Auster. E também aqui podemos encontrar uma ruptura na capacidade da linguagem de exprimir o mundo, de o tornar compreensível para o eu.

Devido a uma razão externa – falta de recursos financeiros – Marco Stanley Fogg, a principal personagem do romance, vê-se forçado a reduzir as suas refeições a um mero nada, a abandonar o seu apartamento e a estabelecer a sua sede no Central Park durante umas semanas. Durante o último dia da sua imposta estada neste local, a crise atinge o clímax. A crise é uma crise existencial, manifestando-se na perda da capacidade de ler, de compreender a linguagem. A sua situação externa provoca nele uma crescente preocupação com a sua interioridade: Fogg torna-se tão absorto em si próprio, que *“he could no longer see things for what they were: objects became thoughts, and every thought was part of the drama being played inside me”* (Auster, 1990: 54). Na fase seguinte, Fogg torna-se o brinquedo das suas emoções: a sua cabeça rodopia com pensamentos, com teorias sobre o mundo, que ocupam a maior parte do seu tempo. A determinado momento, decide tentar um melhor conhecimento do habitat natural, no meio do qual ele vive, no parque. Rejeita o seu anterior eu, recriminando-o por ter vivido demasiado tempo “através de palavras”(1990: 63), ou seja, num mundo dominado pela linguagem. Durante os últimos dois dias que passa no parque, Fogg adoece, o que o leva a sofrer alucinações – com Índios e com o nome num cartão de restaurante – Moon Palace. Na sua mente transtornada, os dois ós de “moon” deixam de ser meras letras e tornam-se nos olhos de Deus – a linguagem entra em ruptura, deixa de ligar um significado a um significante.

Mas isto é descrito como crise, causada por uma situação anormal e uma evolução da interioridade. No final, as fronteiras da linguagem podem efectivamente ser ultrapassadas ao entrar numa linguagem de símbolos.

Outra crise pós-moderna: Austerlitz

Noutro romance considerado representativo do pós-modernismo também surge uma crise semelhante. Trata-se de *Austerlitz*, o romance de W.G. Sebald, publicado em 2001, cujo protagonista, Jacques Austerlitz, é um homem em viagem pela Europa e pela sua própria vida, buscando as suas origens, perdido como efeito de Nazismo nos Judeus europeus. Nada sabe sobre a sua família verdadeira, uma vez que foi adoptado quando muito novo, e a sua vida anterior foi enterrada juntamente com o seu apelido. Austerlitz reconstrói lentamente a sua história, enquanto viaja pela Europa, tendo como objectivo (ou desculpa) escrever uma história da arquitectura.

Reforma-se antecipadamente, em parte devido a, como ele próprio afirma, “pela estupidez que... se estende cada vez mais também pelas universidades”, e em parte de forma a dedicar-se à insistência enciclopédica de escrever uma história abrangente da arquitectura. E isto vai conduzi-lo a uma terrível crise:

Austerlitz tenta compor as observações fragmentárias que coligiu durante os seus anos de viajante, de modo a dar-lhes consistência e ordem, e compreende que a tentativa de “fazer surgir diante dos meus olhos, como num álbum, a imagem da paisagem, sumida já quase no esquecimento, que havia percorrido como viajante”, é em vão:

Quanto maiores eram os esforços que, durante meses, dediquei a este propósito, tanto mais lamentáveis me pareciam os resultados e tanto mais me acometia, simplesmente ao abrir os maços de papéis e passar as inumeráveis páginas por mim escritas no decurso do tempo, uma sensação de repugnância e asco.

A escrita, as palavras, não ganham vida, o passado não pode ser evocado através de palavras. A crise cresce e a linguagem dissolve-se, derrete-se:

Em nenhuma parte via já uma ligação, as frases dissolviam-se em palavras isoladas, as palavras, numa sucessão arbitrária de letras, as letras em signos desconexos e estes num traço cinzento azulado, que brilhava prateado aqui ou além e que algum ser reptante segregara e arrastara atrás de si, e cuja visão me deixava cada vez mais sentimentos de horror e de vergonha.

Desta forma, também a escrita se torna uma missão impossível:

De vez em quando acontecia ainda que se perfilava na minha cabeça um raciocínio com bonita clareza, mas sabia já, quando isto acontecia, que não estava em condições de retê-lo, porque, quando pegasse no lápis, as infinitas possibilidades da língua, às quais podia antes abandonar-me com confiança, convertiam-se numa mistura de frases de péssimo gosto. Não havia expressão que não resultasse num lamentável cliché, nem palavra que não soasse vazia e falsa. E nesse espantoso estado de espírito, passava horas e horas a olhar para a parede, atormentava-me o espírito, e aprendia pouco a pouco a compreender o horrível que é que até mesmo a tarefa ou o dever mais mínimo, como por exemplo, organizar uma gaveta de coisas diversas, pode ser superior às nossas forças.

O passo seguinte é sentir que a sua personalidade se diluiu:

Sentia já à minha frente a infame apatia que precede o desmoronamento da personalidade, suspeitava que na realidade não tinha memória nem capacidade intelectual, nem uma verdadeira existência, que durante toda a minha vida apenas me tinha ido extinguido e afastando do mundo e de mim mesmo.

E falta apenas um passo: desligar-se da realidade.

Realmente comecei a ver então, a maioria das vezes ao voltar das minhas excursões nocturnas, através de uma espécie de fumo ou véu que se deslocava, cores e formas de uma corporalidade por assim dizer diminuída, imagens de um mundo descolorido...

É efectivamente uma crise total, que levará “ao esgotamento nervoso”, à “quase completa paralisação da minha capacidade linguística” mesmo até à ideia de suicídio, uma crise desencadeada quando se apercebe da incapacidade da linguagem de trazer ao presente experiências passadas.

Logo que a sua situação melhora a certo ponto, um dia Austerlitz entra numa livraria, cuja proprietária é uma mulher de nome significativo: Penélope. E aqui, por acaso, Austerlitz encontra-se de novo com o seu (possível) passado, que tinha vindo a tentar evitar: “Nunca pensei nas minhas verdadeiras origens”. Começando por aqui, reconstruirá lentamente a sua história. Descobrirá que é o filho de uma judia checa, morta num campo de concentração Nazi e de um soldado que nunca

deixará de procurar, uma vez que a última informação sobre ele é que estivera em Paris durante a Guerra e que poderia, assim, ainda estar vivo. O seu deambular pela Europa tem agora um novo sentido, torna-se uma Telemaquia com um final incerto.

Quer isto dizer: tal como no caso de Marcus Stanley Fogg, esta é uma crise temporária; neste caso, é ultrapassada quando compreende as suas raízes. Na verdade, “era como se alguma enfermidade já latente em mim se dispusesse a declarar-se, como se algo desmoralizador e obstinado se tivesse metido dentro de mim e, pouco a pouco, paralisasse tudo”. Esta “enfermidade”, que provoca o seu total isolamento, desaparece quando Fogg descobre as suas origens e, ao fazê-lo, consolida a sua identidade.

É interessante: precisamente quando parece que as categorias de modernidade se desvanecem, e essa categoria de “identidade” também está abalada, nestes romances tão característicos da crise, o desmoronar da linguagem é associado à perda de identidade; quando a crise identitária é ultrapassada, quando as origens são encontradas (nem Austerlitz nem Marcus Fogg conhecem os respectivos pais; este último acabará por encontrar o dele), a linguagem recupera a sua qualidade.

Assim, não estamos a tratar, como no caso dos poetas, de uma capacidade intrínseca, uma capacidade essencial, mas de um fenómeno profundo, embora temporário.

Talvez a crise real?

E, contudo, a crise expressa em *Austerlitz* não é nova. W.G. Sebald quebra a ponte da linguagem em 2001. Contudo, para dizer a verdade, nenhum autor contemporâneo, nenhum dos assim chamados escritores pós-modernos quebrará a ponte da linguagem, uma vez que o colapso ocorrera muito antes de qualquer ter começado a escrever. A este respeito, uma data muito importante é 1902, ano em que Hugo von Hofmannstahl publica *Ein Brief*, um texto mais conhecido por *The Lord Chandos Letter*, sobre o qual o crítico Cláudio Magris afirmou:

Após *A Carta de Lord Chandos*, a desconfiança relativamente ao signo – ou a rebelião contra ele – tornou-se um dos temas recorrentes da literatura contemporânea. (1981: 14)⁵

Trata-se de um texto “meio ficção, meio ensaio”, como indica Egon Schwartz num artigo sobre o autor (Schwartz in Evans, 1970: 20); no texto, Philip, primeiro nome de Lord Chandos, o filho mais novo do Conde de Bath, dirige-se a Francis Bacon para explicar as razões do seu invulgar silêncio sobre os dois últimos anos. Começa por se desculpar por não ter escrito ao seu amigo durante este tempo, na verdade, por não ter escrito de todo, como confessa. A sua actividade literária cessou. A sua situação poderia revelar-se compreensível se se tomasse como argumento a falta de tempo, mesmo a falta de inspiração, mas infelizmente a razão é mais grave do que isso: Philip é incapaz de escrever, mas é ainda mais preocupante que não é capaz de compreender como o pôde fazer no passado. Quando folheia as suas obras, ainda elogiadas pelos críticos, Lord Chandos mostra-se surpreendido por as ter escrito, e as suas dúvidas chegam ao ponto de questionar a consistência do

⁵ Tradução do autor de: “*Tras la carta de Lord Chandos, la desconfianza respecto al signo – o la revuelta contra él – se ha convertido en uno de los temas recurrentes de la literatura contemporánea.*”

seu “eu”: “nem sequer estou certo de ser ainda o mesmo a quem é dirigida a vossa preciosa carta” (Hofmannsthal, 1981: 10).

Esta é a causa do seu silêncio: “O meu caso, em resumo, é este: perdi completamente a faculdade de pensar ou falar de forma coerente sobre um tema qualquer que seja” (1981: 14), situação a que chegou em fases distintas:

Num primeiro momento, descobriu que perdera a capacidade de falar sobre “coisas gerais ou elevadas” (1981: 14) porque “as palavras abstractas... literalmente pulverizam-se-me na boca, como se fossem fungos podres”(1981: 15). Esta é uma crise da linguagem, que parece incapaz de abarcar a abstracção.

Mas a situação piorou progressivamente até chegar a um ponto em que Lord Chandos se viu incapaz mesmo para a “conversa familiar”(1981: 16):

Pouco a pouco foram-se estendendo esses momentos de angústia como uma ferrugem que tudo invade. Inclusivamente a conversa familiar e rotineira os juízos que uma pessoa costuma enunciar de forma ligeira, com uma segurança de sonâmbulo, se tornavam discutíveis para mim, ao extremo de me obrigar a deixar de participar de todo nas práticas dessa índole... Já não conseguia abarcá-los [aos homens e aos seus actos] com o olhar simplificador do costume. Tudo se me desagregava em fragmentos, que por sua vez se desagregavam noutros mais pequenos, e nada se deixava categorizar com um critério definido. (1981: 19)

Não, esta não é uma crise da linguagem, é uma crise da percepção da realidade, que se dilui, que se desmorona, que se decompõe. Philip apenas vivencia breves “momentos plácidos e vivificantes”, provocados pelos objectos do quotidiano, coisas insignificantes:

Um regador, um ancinho abandonado no campo, um cão a apanhar sol, um humilde cemitério, um aleijado, uma cabana de camponês, tudo isso pode converter-se em recipiente da minha revelação. Cada um desses objectos e outros mil semelhantes sobre os quais o olhar desliza habitualmente com óbvia indiferença, é de súbito capaz, sem que nada consiga evitá-lo nesse momento, de adquirir para mim um carácter... solene e comovedor. (1981: 23)

Estes objectos provocam nele o “calafrio da presença do infinito” (1981: 18). Mas “todos os vocábulos me parecem pobres para exprimi-lo” (1981: 23). “Para dizer a verdade, é algo que não tem nome”(1981: 19-20). As coisas essenciais, os poucos que resistem à dissolução, são, mais uma vez, inatingíveis pela linguagem.

É por isso que a carta termina da seguinte forma:

O que quero dizer é que a língua em que, por acaso, me fosse possível, não já escrever mas sim pensar, não seria o latim, nem o inglês, nem o italiano ou o espanhol, mas sim um idioma cujo vocabulário ignoro, aquela língua em que me falam as coisas mudas.

Não, essa língua não existe.

A crise da linguagem é um tema recorrente na obra de Hofmannsthal. Trata dele também na comédia intitulada *Der Schwierige*, na qual o protagonista Hans Karl Bühl, regressa da guerra com um profundo sentimento de desconfiança relativamente à linguagem, uma vez que esta não

consegue reflectir o coração humano e, como afirma George Steiner, para Bühl “confiar a vivacidade do espírito humano à moeda desvalorizada da conversa social é simplesmente enganar-se a si mesmo” (1994: 81)⁶. *The Lord Chandos Letter* vai um passo mais além, refere-se a uma crise mais profunda: não só o mundo interior é inexprimível pela linguagem (e, conseqüentemente, pela comunicação), o próprio mundo é inatingível, inexprimível, desmorona-se, dilui-se, resiste a ser apreendido pela linguagem.

Mas o cepticismo relativamente à linguagem não estava isolado – Steiner afirma: “Mantendo a linguagem à margem era parte de um abandono mais generalizado da fé na estabilidade e na autoridade expressiva da civilização europeia” (1994: 81). E Hofmannsthal não estava sozinho, como indica Schwarz: “A crise de Hofmannsthal não era apenas uma questão privada. Fazia parte de uma crise intelectual muito mais ampla na Europa que deixou a sua marca nos escritos de Joyce e Maeterlinck, Kafka e Musil, Rilke, Valéry, e T.S.Eliot. As catorze páginas de *Ein Brief* são meramente a afirmação mais notável e a análise mais penetrante de uma comoção generalizada na sensibilidade intelectual da Europa no virar do século” (Schwarz, in Evans, 1970: 21).

Foi esta a principal crise da consciência europeia? E muito embora a ideia do mundo como fingimento tenha sido desenvolvida durante a pós-modernidade, não será esclarecedor que nos textos pós-modernistas a crise seja ultrapassada e que este processo esteja ligado a um pressuposto tão moderno como é a certeza da identidade – pressuposto que, a propósito, entra em crise também nos “tempos de Hofmannsthal”? Contudo, nesta crise profunda surge um importante *flash* (pelo menos, em *The Lord Chandos Letter*): subitamente há uma empatia com um objecto que produz o “calafrio da presença do infinito” (Hofmannsthal, 1981: 18). Será que isto existe na pós-modernidade? Poderia ser aqui que reside a crise?

Tradução de *Isabel Canhoto*

Bibliografia

- Auster, P., (1990) *Moon Palace*, Faber and Faber, London-Boston.
 Coetzee, J.M. (1999) *Disgrace*, Secker & Warburg, Great Britain.
 Esslin, M., (1969) *Theatre of the Absurd*, Overlook Press, Woodstock.
 Evans, A.R., (org.) (1970): *On Four Modern Humanists*, Princeton University Press, Princeton, New Jersey.
 Goethe, J.W., (2005) *Las Desventuras del Joven Werther*, Cátedra, Madrid.
 Hofmannsthal, H., (1981) *Carta de Lord Chandos*, Colección de Arquitectura, Murcia.
 Magris, C., (1981) “Prólogo a la Carta de Lord Chandos” in Hofmannsthal, Hugo von: *Carta de Lord Chandos*, Colección de Arquitectura, Murcia.
 Steiner, G., (1994) *Lenguaje y Silencio*, Gedisa, Barcelona.

⁶ Tradução do autor.

**DA CERTEZA E DOUBLETHINK:
ORWELL E WITTGENSTEIN**

Desde a sua publicação há mais de cinquenta anos, *Mil Novecentos e Oitenta e Quatro*, de George Orwell, povoou os nossos léxicos e a nossa cultura popular com uma série de termos, figuras e conceitos, que vão desde “*Newspeak*” a “*paperless office*”. A apropriação das ideias de Orwell pela cultura popular tornou-se um fenómeno considerável: actualmente na Grã-Bretanha, por exemplo, há programas de televisão intitulados “*Room 101*” e “*Big Brother*”. Outro bom exemplo da apropriação de tropos orwellianos é o conceito de “*Doublethink*”. “*Doublethink*” provavelmente rivaliza com *Big Brother* e *Room 101* como o termo mais conhecido a sair de *Mil Novecentos e Oitenta e Quatro*, e a extensão da forma como tem sido adoptado ou “tomado de empréstimo” por jornalismo, sátira, e outras formas de cultura popular é impressionante. (Por exemplo, uma busca na Internet para este artigo produziu três páginas de resultados antes de se encontrar uma referência directa ao romance de Orwell. O termo tem sido amplamente utilizado para descrever uma posição política contraditória ou hipócrita em relação a praticamente qualquer questão, desde cuidados de saúde a armas de destruição maciça). A sua difusão pelo nosso mundo cultural sugere que todos estamos familiarizados com o conceito de *Doublethink*, que todos sabemos o que significa e como funciona. Mas será que é mesmo assim?

É meu objectivo, neste artigo, voltar a considerar a noção de *Doublethink* de Orwell, com referência ao pensamento posterior de Ludwig Wittgenstein. De 1949 quase até à sua morte, em 1951 – por outras palavras, durante o período que se seguiu imediatamente à primeira publicação de *Mil Novecentos e*

David Rudrum

Universidade de Huddersfield

Oitenta e Quatro – Wittgenstein estava a trabalhar o conceito de certeza. Estes escritos, intitulados *Da Certeza*,¹ constituíram a última das suas principais obras, tal como *Mil Novecentos e Oitenta e Quatro* marcou o fim da carreira literária para Orwell. *Da Certeza* trata de problemas como o conhecimento do mundo exterior, da relação entre o conhecimento e a crença, e da importância de evitar tanto o cepticismo radical como o dogmatismo irreflectido em ambas as áreas. Estas preocupações filosóficas poderiam parecer alheias às preocupações de Orwell em *Mil Novecentos e Oitenta e Quatro*. E, na verdade, alguns dos pensamentos de Wittgenstein parecem negar explicitamente o fenómeno a que Orwell chamou “*Doublethink*”.

Podemos desconfiar dos nossos próprios sentidos, mas não na nossa própria crença.

Se houvesse um verbo que significasse “acreditar falsamente”, não teria qualquer significante da primeira pessoa no presente do indicativo...

“Eu acredito... e não é assim” seria uma contradição.²

Os leitores de *Mil Novecentos e Oitenta e Quatro* podem achar esta concepção de crença atractiva mas, à luz do *Doublethink* de Orwell, parece ingénua, na melhor das hipóteses, ou pior, pura e simplesmente errada.

Para ter uma ideia disto, aqui fica a mais famosa definição que Orwell apresenta de “*Doublethink*” em *Mil Novecentos e Oitenta e Quatro*:

His mind slid away into the labyrinthine world of Doublethink. To know and not to know, to be conscious of complete truthfulness while telling carefully-constructed lies, to hold simultaneously two opinions which cancelled out, knowing them to be contradictory and believing in both of them; to use logic against logic, to repudiate morality while laying claim to it, to believe that democracy was impossible and that the Party was the guardian of democracy; to forget whatever it was necessary to forget, then to draw it back into memory again at the moment when it was needed, and then promptly to forget it again: and above all, to apply the same process to the process itself. That was the ultimate subtlety: consciously to induce unconsciousness, and then, once again, to become unconscious of the act of hypnosis you had just performed. Even to understand the word “Doublethink” involved the use of Doublethink. (Orwell, 2000: 37-8)³

Se aceitarmos a descrição dada por Orwell deste fenómeno – e a ampla admissão da palavra “*Doublethink*” no nosso vocabulário cultural sugere que tal sucedeu – torna-se difícil aceitar a perspectiva Wittgensteiniana de crença apresentada anteriormente. Como comentou William Steinhoff no seu texto “*Doublethink and Newspeak*”, “a tendência para a mente revelar atitudes contraditórias é tão antiga quanto a própria humanidade” (1975: 160) A frase bíblica “não saiba a tua mão esquerda o que faz a direita” (Mateus, 6-3) é testemunho da antiguidade de “*Doublethink*”. Para citar um exemplo mais recente, e provavelmente mais irreverente, o presidente americano George W. Bush foi alegadamente citado como tendo afirmado: “Tenho opiniões próprias – sólidas opiniões. Mas nem sempre concordo com elas!”

¹ Doravante, *OC*.

² Doravante, *PI*.

³ As subseqüentes referências são feitas à edição referida na bibliografia.

A onipresença de *"Doublethink"* coloca em dúvida a descrição que Tzvetan Todorov faz do conceito esquizofrenia, definindo-o como "uma espécie de loucura" (*'une sorte de folie'*) (1984: 567). É certo que ele se auto-corrigue e acrescenta que *"Doublethink"* é mais como uma vacina que nos inocula contra a sanidade: põe a incoerência do nosso pensamento em harmonia com a incoerência do mundo. (1984: 567-8) Mas a questão permanece de que, para Todorov, existe uma estreita relação entre *Doublethink* e loucura. Com base nesta análise, não podemos deixar de chamar louco a Winston Smith – um louco que sabe que é louco, talvez, e que é, por conseguinte, menos louco do que os que o rodeiam, mas um louco apesar de tudo. E chamar à personagem mais sã do romance louco é adoptar a posição que O'Brien assume quando, nas câmaras de tortura do Ministério do Amor, chama a Winston um "lunático, "mentalmente perturbado" (Orwell, 2000: 261, 258).

Na prática diária de *Doublethink*, aqueles que a empregam raramente se consideram loucos. Eu, por exemplo, estou perfeitamente consciente das condições desumanas que existem em alguns matadouros, e no entanto não penso nisso quando me delicio com um bife suculento. Não estou consciente de deliberadamente me esquecer da questão nem escolho activamente não pensar nela. De forma algo conveniente, simplesmente não me ocorre na altura. Os meus amigos vegetarianos consideram isto hipocrisia; contudo, apenas será hipócrita se estiver a negar estas desumanas condições com a boca cheia de carne. (Martin, 1984: 323) Se estiver momentaneamente inconsciente delas, então estou a realizar um processo de *"Doublethink"*. Visto a esta luz, *"Doublethink"* pode ser considerado, não como uma doença mental, mas antes um mecanismo de sobrevivência, desencadeado pela mente sã para se proteger de consequências potencialmente doentias.⁴

Como muitos dos truques da mente, *Doublethink* é saudável sem ser inteiramente racional. Mike Martin, cuja análise de *Doublethink*, publicada em 1984, continua a ser a melhor reflexão sobre o tema até ao presente, defende que:

É irracional na medida em que envolve procedimentos que provavelmente não permitem chegar à verdade. No sentido anémico do "racional" como "útil" na realização de objectivos e na satisfação de desejos, [o *Doublethink*] pode ser racional caso exista vontade de se viver à margem de verdades incómodas. (1984: 331)

Martin conclui que "Winston e Julia representam os últimos vislumbres de senso comum e de compromisso com a verdade". (1984: 328-9)⁵

Com isto em mente, é possível, na verdade, apelidar a cosmovisão de Winston Smith de defesa do senso comum. Fazê-lo é invocar um filósofo com quem, esta é minha pretensão, Winston tem

⁴ Steinhoff aponta uma questão semelhante: *"Doublethink is, finally, a method of coping with the dilemma of totalitarian nations, which demand constant loyalty in the face of inconstant policies"* (ênfase minha). (1975: 166)

⁵ Parece, contudo, demasiado generoso de Martin incluir Julia nesta descrição. Sabemos que "nos comícios e manifestações espontâneas do Partido, ela clamara a plenos pulmões pela execução das pessoas cujos nomes nunca tinha ouvido e em cujos supostos crimes não tinha a mais leve crença" (Orwell, 2000: 159), que "estava pronta a aceitar a mitologia oficial, simplesmente porque a diferença entre verdade e falsidade não lhe parecia importante" (Orwell, 2000: 160), e que "Ela não sentia o abismo abrindo-se debaixo dos seus pés quando pensava nas mentiras que se tornavam verdades" (Orwell, 2000: 161). Por conseguinte, Julia acredita que Oceania sempre esteve em Guerra com Eurasia, e não consegue compreender a importância do crucial encontro de Winston com a fotografia de Jones, Aaronson e Rutherford (Orwell, 2000: 161). O seu "compromisso com a verdade" não é tão forte como o de Winston, e isto é sem dúvida a razão por que se retracta tão rapidamente no Ministério do Amor. Como diz O'Brien, "Raramente vi alguém juntar-se a nós tão prontamente... Foi uma conversão perfeita, um caso de manual" (Orwell, 2000: 271).

bastante em comum. Em artigos intitulados “*A Defence of Common Sense*” e “*Proof of an External World*”⁶, o filósofo G.E. Moore tentou arrumar precisamente o tipo de dúvidas filosóficas com que Winston Smith se debate: cepticismo sobre a realidade das coisas, e sobre a certeza do nosso conhecimento delas. (1993: 106-133, 147-170) (A posição de Moore também formou uma das principais coordenadas contra as quais Wittgenstein dirigiu *Da Certeza*. Reflectirei mais sobre esta questão abaixo.) No seu texto “*Proof of an External World*”, Moore afirmou “Posso provar agora, por exemplo, que existem duas mãos humanas. Como? Erguendo as minhas duas mãos e dizendo, ao mesmo tempo que faço um gesto com a mão direita, “Aqui está uma mão” e acrescentando, quando faço um gesto com a esquerda, “e aqui está outra”.” (1993: 165-166) De igual forma, Winston responde à afirmação de O’Brien “Tu não existes” como se segue:

He knew, or he could imagine, the arguments which proved his own non-existence; but they were nonsense, they were only a play on words. Did not the statement, “You do not exist”, contain a logical absurdity?...

“I think I exist,” he said wearily. “I am conscious of my own identity. I was born, and I shall die. I have arms and legs. I occupy a particular point in space. No other solid object can occupy the same point simultaneously. ...” (Orwell, 2000: 272)

O’Brien resume a cosmovisão de Winston, não imprecisamente, deste modo:

You believe that reality is something objective, external, existing in its own right. You also believe that the nature of reality is self-evident. When you delude yourself into thinking that you see something, you assume that everyone else sees the same thing as you. (Orwell, 2000: 261)

O próprio Winston confirma isto quando afirma:

The Party told you to reject the evidence of your eyes and ears. It was their final, most essential command. ... And yet he was in the right! They were wrong and he was right. The obvious, the silly and the true had got to be defended. Truisms are true, hold on to that! The solid world exists, its laws do not change. Stones are hard, water is wet, objects unsupported fall towards the earth’s centre. (Orwell, 2000: 84)

Como Moore, portanto, Winston está a afirmar aqui que há algumas proposições – truísmos – dos quais o seu conhecimento é seguro. “*A Defence of Common Sense*” de Moore começa com uma “lista de truísmos, cada um dos quais (em minha opinião) eu sei, com certeza, serem verdadeiros”. (1993: 107) Esta lista consiste principalmente em afirmações sobre o corpo e a realidade física do mundo, semelhantes às que Winston sustenta contra O’Brien. Por conseguinte, Moore e Winston aliaram-se contra O’Brien e semelhantes na crença de que os factos físicos não dependem dos factos mentais. Ambos vêem-se como assumindo uma posição contra um sistema cujo lema, para citar Orwell, poderia ser o seguinte: “A heresia das heresias era o senso comum” (Orwell, 2000: 83-4).

Esta versão de senso comum traça um quadro filosófico no qual o nosso acesso à “coisa em si mesma” kantiana não necessita de levantar problemas sérios,⁷ no qual o nosso conhecimento da

⁶ Cf. G.E. Moore, *Selected Writings*, ed. Thomas Baldwin. London: Routledge, 1993, p. 106-133 e 147-170 respectivamente.

⁷ Cf. Moore, “*Proof of an External World*”, *passim*.

verdade pode ser certo, e no qual a verdade pode libertar-nos. Esta poderá ser uma perspectiva atractiva, e não é difícil perceber porque atrairia alguém na situação de Winston. Como diz a obra de Goldstein, “O método empírico de pensar... opõe-se aos princípios mais fundamentais de *Ingsoc*⁸.” (Orwell, 2000: 201). Rejeita uma série de dogmas relacionados: “os princípios de *Ingsoc*, *Doublethink*, a mutabilidade do passado e a negação da realidade objectiva” (Orwell, 2000: 163). Mas seria errado concluir que Winston vê um mundo em que não há necessidade de *Doublethink*. Pelo contrário, a sua cosmovisão é significativamente sustentada pela criteriosa utilização de *Doublethink*.

O próprio acto de escrever o seu diário requer uma certa dose de *Doublethink*, como Orwell se mostra consciente. Na verdade, esta é a primeira vez em que nos deparamos com o termo:

For whom, it suddenly occurred to him to wonder, was he writing this diary? For the future, for the unborn. His mind ... fetched up with a bump against the Newspeak word Doublethink. ... How could you communicate with the future? It was of its nature impossible. Either the future would resemble the present, in which case it would not listen to him: or it would be different from it, and his predicament would be meaningless. (Orwell, 2000: 9)

Contudo, Winston zelosamente suprime este paradoxo e continua a escrever, o seu optimismo tão infundado e talvez mesmo tão vazio de sentido como o do Partido é fiel.

Tomemos como outro exemplo a fotografia de Jones, Aaronson e Rutherford com que Winston se depara, testemunho da forma como o Partido forja o passado. É-nos dito que constitui uma prova única – “Uma vez apenas em toda a sua vida tivera nas suas mãos prova documental inequívoca da falsificação de um facto histórico” (Orwell, 2000: 39) – e Winston repetidamente investe o incidente com enorme significado:

this was concrete evidence; it was a fragment of the abolished past, like a fossil bone which turns up in the wrong stratum and destroys a geological theory. It was enough to blow the Party to atoms (Orwell, 2000: p. 82)

Claramente, este é de alguma forma um exagero, e envolve um pouco de desejo próprio. Isto pode ser visto contrastando-o com as reflexões de Winston sobre um incidente bastante menos significativo:

It appeared that there had even been demonstrations to thank Big Brother for raising the chocolate ration to twenty grammes a week. And only yesterday, he reflected, it had been announced that the ration was to be reduced to twenty grammes a week. Was it possible that they could swallow that, after only twenty-four hours? Yes, they swallowed it. Parsons swallowed it easily, with the stupidity of an animal. ... Syme, too – in some more complex way, involving Doublethink – Syme swallowed it. Was he, then, alone in the possession of a memory? (Orwell, 2000: 61-2)

⁸ Em *Mil Novecentos e Oitenta e Quatro*, *Ingsoc*, significando “socialismo inglês”, designa a ideologia do governo totalitário da Oceania.

Ora, se algo tão material como a dimensão diminuída de uma tablete de chocolate no período de vinte e quatro horas não consegue induzir dúvidas nas mentes do Partido Exterior, dificilmente se concebe que a memória de três traidores mortos há mais de uma década o fizessem, quanto mais “rebeitar o Partido em átomos”. Este super-optimismo em face da evidência mais dura mais uma vez roça *Doublethink*.

Mas a questão vai mais longe do que isto. A própria avaliação de Winston do significado da fotografia envolve uma utilização crucial de *Doublethink*. Diz ele: “Havia apenas uma conclusão possível: as confissões eram mentiras.” (Orwell, 2000: 81). Contudo, esta não é a única conclusão possível, como alguém que trabalha no Departamento de Registos do Ministério da Verdade deveria saber. A existência de uma fotografia em *Mil Novecentos e Oitenta e Quatro* não é a existência de um alibi, e uma peça no *Times* mostrando Jones, Aaronson e Rutherford numa função do Partido em Nova Iorque é da mesma forma tão improvavelmente verdade como uma versão dizendo que eles se encontravam na Sibéria traíndo o seu país a poderes estrangeiros. Winston sabe isto. Reflecte mesmo:

But today, supposing that it could somehow be resurrected from its ashes, the photograph might not even be evidence. Already, at the time when he had made his discovery, Oceania was no longer at war with Eurasia, and it must have been to the agents of Eastasia that the three dead men had betrayed their country. ... Very likely the confessions had been re-written and re-written until the original facts and dates no longer had the smallest significance. (Orwell, 2000: 82-3)

Winston está igualmente consciente das “enormes gráficas com... os seus estúdios elaboradamente equipados para a falsificação de fotografias” (Orwell, 2000: 45). Mas suprime este conhecimento e insiste no significado da fotografia tanto para Julia como para O’Brien. Em momento algum Winston reconhece a possibilidade da qual não pode deixar de estar consciente: que não há forma de saber com certeza que os três homens alguma vez estiveram em Nova Iorque, e que a fotografia, que ele insiste em todo o romance constituir “prova concreta, inquestionável de um acto de falsificação” (Orwell, 2000: 78) não é na verdade nada disso. Tal selectividade, tal supressão do óbvio, é um acto característico de *Doublethink*. O apuro de Winston faz lembrar uma figura descrita por Wittgenstein no seu *Investigações Filosóficas*. “Como se alguém comprasse vários exemplares do jornal matutino para se assegurar de que o que diz é verdade.” (PI, §265)

Não é minha intenção aqui destruir a cosmovisão de Winston Smith apontando as suas inconsistências. Pelo contrário, acho que estes momentos demonstram que a sua posição aparentemente sensata é na verdade muito menos simples, directa e manifesta do que Orwell gostaria que acreditássemos, e por conseguinte muito mais interessante do ponto de vista filosófico. É com isto em mente que gostaria de voltar agora ao pensamento de Ludwig Wittgenstein.

Da Certeza explora a diferença entre a certeza *objectiva* de “eu sei”, e a certeza *subjectiva* de “eu acredito” (ver, por exemplo, OC, §179). Em circunstâncias normais, diz Wittgenstein, “Acredito naquilo que sei” (OC, §177). Contudo, seria errado vermos a certeza do conhecimento objectivo como completamente livre das contingências da crença. Segundo Wittgenstein, a certeza procede inicialmente, não da objectividade da realidade, mas da ausência de dúvida, porque a certeza é

anterior à dúvida, e na verdade a dúvida pressupõe a certeza. Quando ensinamos às crianças “Aqui está uma mão”, ou, para usar um dos truismos favoritos de Winston Smith, “dois mais dois é igual a quatro”, não faz sentido para as crianças questionarem este conhecimento: aprendem-no com certeza, senão não conseguiriam aprender muitas coisas.⁹ Como afirma Wittgenstein, “A criança aprende acreditando no adulto. A dúvida surge depois da crença.” (OC, §160). E conclui: “Comportamento de dúvida e de não-dúvida. Só existe o primeiro se existir o segundo.” (OC, §354).

É porque a dúvida não pode existir sem certeza que Wittgenstein defende a impossibilidade de um ceticismo sem limites: “Se tentássemos duvidar de tudo não iríamos mais além de duvidarmos de nada. O jogo de duvidar de si mesmo pressupõe certeza.” (OC, §115); “Uma dúvida que duvidasse de tudo não seria uma dúvida.” (OC, §450); “Duvidar tem um fim.” (PI, p. 180); “Uma dúvida sem fim nem sequer é uma dúvida.” (OC, §625).¹⁰ A filosofia de Wittgenstein pode parecer bastante afastada do fenómeno de *Doublethink*, mas na verdade julgo que as suas percepções são cruciais para uma análise eficaz deste fenómeno.

No mundo perturbado de *Doublethink* que Orwell descreve em *Mil Novecentos e Oitenta e Quatro*, muitas vezes parece que certeza sobre qualquer coisa se tornou impossível, e que tudo está aberto à dúvida. Na verdade, eu defendo que a certeza é mais fundamental ao *Doublethink* do que a dúvida, e que *Doublethink* em *Mil Novecentos e Oitenta e Quatro* surge frequentemente porque as certezas das personagens chocam com coisas das quais seria muito mais lógico duvidar. Seria bastante lógico, por exemplo, duvidar se a nossa ração de chocolate tinha efectivamente aumentado, ou talvez ilógico não o fazer quando nos é entregue uma dose mais pequena de chocolate, mas quando se pesa isso contra a certeza absoluta de que o Partido está sempre certo, podemos compreender que esta última crença seja fonte de *Doublethink*.

Em alguns aspectos, as cosmovisões divergentes de Winston e O’Brien são semelhantes, em termos de estrutura. Winston está preparado para isentar de dúvida um pequeno conjunto de proposições – proposições sobre a realidade do passado, a natureza objectiva da realidade, a fisicalidade do mundo, e assim por diante – e para acreditar nelas com absoluta certeza. Tudo o que desafia a sua crença nestas coisas, Winston trata como propaganda, mentiras e falsificações, por parte dos seus inimigos políticos. E isto apesar do facto de que é sua tarefa fazer propaganda sobre o passado, mentir sobre a realidade contemporânea, e forjar factos sobre o mundo físico. O’Brien também está preparado para isentar de dúvida um pequeno conjunto de proposições – basicamente, tudo o que seja afirmado pelo Partido Interior – e para acreditar nelas com certeza absoluta. Tudo o que desafie a sua crença nestas coisas, trata como maquinações dos seguidores de Goldstein ou agentes de poderes estrangeiros. E isto apesar do facto de que, como membro do Partido Interior, sabe muito bem que o Partido é falível, e que o Livro de Goldstein é uma invenção do próprio Partido.

Em ambos os casos, por conseguinte, *Doublethink* acontece porque o conhecimento da verdade de cada personagem choca com a certeza da sua crença. A razão por que Winston se mostra tão sensível à exigência oficial de *Doublethink* é que ele não acredita com certeza na regra do Partido ou nos princípios de *Ingsoc*. É porque ele não acredita que “Guerra é Paz, Liberdade é Escravidão,

⁹ “Pois como pode uma criança duvidar imediatamente do que lhe é ensinado? Isso poderia apenas querer dizer que era incapaz de aprender certos jogos de linguísticos.” (OC, §283).

¹⁰ Contra estas citações, contudo, cf. também *Remarks on Frazer’s Golden Bough*, de Wittgenstein, p. 1: “Necessito de mergulhar uma e outra vez nas águas da dúvida”.

Ignorância é Força” que reconhece as contradições que lhes estão subjacentes. O que significa que isto não é efectivamente uma forma de *Doublethink*, uma vez que, segundo Orwell, *Doublethink* envolve tornar-se totalmente inconsciente de tais contradições. Ora Winston na verdade torna-se alheio às contradições na sua crença no passado, precisamente devido à sua crença certa na realidade objectiva deste. Sem certeza, por conseguinte, *Doublethink* dissolve-se no conceito, mais fácil de compreender, de cepticismo.

Comecei citando alguns aspectos do pensamento de Wittgenstein sobre crença que pareciam deixar muito pouco espaço para o fenómeno de *Doublethink*; no entanto, deverá ser notório a esta altura que, noutros aspectos, uma compreensão Wittgensteiniana de crença, conhecimento e certeza constitui uma boa posição para o analisar. Com efeito, embora isto seja sem dúvida tema para uma discussão mais alargada num artigo mais ambicioso, defenderia, contudo, que tanto Wittgenstein como Orwell exploram a relação entre verdade e conhecimento, certeza e crença como ligada à relação entre verdade e linguagem, comportamento e prática social. Estas são áreas significativas, e nestes conceitos Orwell e Wittgenstein mostram estar em concordância.

Por exemplo, Winston Smith é um grande crente na certeza matemática, repentindo frequentemente que dois mais dois é igual a quatro. Na verdade, Winston sabe que o único acto de revolta significativo que pode legar ao futuro é “[passar] a doutrina secreta de que dois mais dois são quatro” (Orwell, 2000: 230). No entanto, Winston sabe que mesmo a lógica matemática não se encontra fora do alcance do Partido: “No final, o Partido acabaria por anunciar que dois e dois são cinco, e teríamos de acreditar nisso”, comenta, profetizando o que lhe sucederá sob tortura no Ministério do Amor. “Era inevitável que mais tarde ou mais cedo eles fizessem essa afirmação: a lógica da posição assim o exigia. ... E o que era terrível não era que o matassem por pensar de outra maneira, mas que pudessem estar correctos. Porque, afinal de contas, como sabemos que dois e dois são quatro?” (Orwell, 2000: 83-4).

De igual forma, Wittgenstein frequentemente discute a certeza matemática em trabalhos como *Da Certeza*, *Investigações Filosóficas* e *Anotações sobre os Fundamentos da Matemática*. Contudo, apesar da importância deste conceito para a sua filosofia, damos por Wittgenstein a pensar segundo a linha de Winston Smith:

“But mathematical truth is independent of whether human beings know it or not!” – Certainly, the propositions “Human beings believe that twice two is four” and “Twice two is four” do not mean the same. The latter is a mathematical proposition; the other, if it makes sense at all, may perhaps mean: human beings have arrived at the mathematical proposition. The two propositions have entirely different uses. – But what would this mean: “Even though everybody believed that twice two was five it would still be four”? – For what would it be like for everybody to believe that? (PI, p. 226)

As questões de Wittgenstein dão voz essencialmente às mesmas preocupações manifestadas por Winston.

À laia de conclusão, então, consideremos este último par de citações. No seu diário, Winston escreve “Liberdade é a liberdade de dizer que dois e dois são quatro. Se isto for concedido, tudo o mais se segue.” (Orwell, 2000: p. 84). Wittgenstein começa *Da Certeza* dizendo, *pace* Moore, “Se efectivamente soubermos que aqui está uma mão, concederemos tudo o resto” (*OC*, §1). Tanto

Orwell como Wittgenstein dedicaram os seus textos à exploração, nas respectivas formas diferentes de o fazer, àquela que eu considero ser a parte mais espinhosa destas citações – não a afirmação de que “dois e dois são quatro” ou de que “aqui está uma mão”, mas as cruciais consequências do “se”.

Tradução de *Isabel Canhoto*

Bibliografia

- Martin, M.W., (1984) “Demystifying *Doublethink*: Self-Deception, Truth, and Freedom in *1984*” de Mike W. Martin, *Social Theory and Practice*, Vol. 10, No. 3, pp. 319-331.
- G.E. Moore, G.E., (2003) *Selected Writings*, Thomas Baldwin (org.), Routledge, London, pp. 106-133 e 147-170.
- Orwell, G., (2000) *Nineteen Eighty-Four*, Penguin, London.
- Steinboff, W., (1975) “Doublethink and Newspeak”, in *The Road to 1984*, Weidenfeld and Nicolson, London, pp. 160-169.
- Tzvetan Todorov, T., (1984) “Dialogisme et Schizophrenie”, in Benjamin A. Stolz, I.R. Titunik, and Lubomir Dolezel (org.) “Language and Literary Theory: In Honour of Ladislav Matejka,” *Papers in Slavic Philology*, Vol. 5, 1984, pp. 565-575.
- Wittgenstein, L., (1993) *Remarks on Frazer’s Golden Bough*, Rush Rhees (org.), trad. A.C. Myles, Brynmill Press, Harleston, Norfolk.
- Wittgenstein, L., (1969) *On Certainty*, G.E.M. Anscombe and G.H. von Wright (org.), trad. Denis Paul and G.E.M. Anscombe, Blackwell, Oxford.
- Wittgenstein, L., (1958) *Philosophical Investigations*, trad. G.E.M. Anscombe, Blackwell, Oxford, p. 190-191.

APÓS UM SÉCULO DE ORWELL: POLÍTICA, PÓS-MODERNISMO E REPUTAÇÃO

O centenário de Orwell passou e o ritmo das publicações académicas que, em regra, acompanham semelhantes marcos bibliográficos não abrandou. O *Cambridge Companion to George Orwell* tem edição prevista para 2007, *Every Intellectual's Big Brother: George Orwell's Literary Siblings*, de John Rodden, acaba de ser publicado, *On Nineteen Eighty-Four: Orwell and Our Future*, as actas de uma conferência de 1999, saíram em 2005.¹ Muitas destas publicações, para não falar das que derivaram das actividades comemorativas do próprio ano de 2003, tratam fundamentalmente da questão da revelância de Orwell hoje. A reputação e a recepção de Orwell, os vários usos que dele têm sido e continuam a ser feitos, a teorização dos processos de condenação e admiração, e os casos espectaculares de profanação literária são mais um foco de atenção académica do que a obra do autor enquanto tal. As actas da maior conferência comemorativa, *George Orwell: Into the Twenty-First Century*, levantam a questão de Orwell e da guerra no Iraque com mais frequência do que a de Orwell e a 2ª Guerra Mundial. Talvez isto não seja surpreendente para uma conferência que apresentou Christopher Hitchens como principal orador, e cujas actas foram editadas de acordo com uma agenda política correspondente, mas é igualmente indicativo de um fenómeno mais abran-

¹ Outras publicações ao longo dos últimos três anos incluem *The Social and Political Thought of George Orwell: A Reassessment*, de Stephen Ingle; uma compilação italiana de ensaios comemorativos, organizada por Ugo Ronfani, *Orwell: i Maiali e la Libertà*; e *George Orwell, Doublethink, and the Value of Decency*, de Anthony Stewart, bem como fontes primárias tais como *Orwell: The Observer Years*, e *Orwell in Tribune*.

gente, um fenómeno muito detalhadamente examinado por John Rodden em obras como *George Orwell: The Politics of Literary Reputation* e *Scenes from an Afterlife: The Legacy of George Orwell*. Seria interessante aplicar a estrutura teórica desenvolvida por Rodden a exemplos de recepção como o da própria Conferência Comemorativa do Centenário. O leitor das actas depara-se com um claro caso de apropriação, desta feita em consonância com uma ideologia liberal americana pós-11 de Setembro específica, que pretende diferenciar-se tanto dos neo-conservadores *como* da Esquerda “anti-Americana” envolvida em “apologética e apaziguamento do islamo-fascismo” (Cushman e Rodden 19). Na sequência da indicação de Hitchens, esta tornou-se a mais recente “face” (ou “desfiguramento”) Orwelliana de eleição.²

Na Introdução à edição de 2002 de *George Orwell: The Politics of Literary Reputation*, John Rodden reafirma a afirmação da sua Conclusão de 1989 de que o centenário de Orwell não seria mais do que “um acontecimento académico”. O quinquagésimo aniversário da morte de Orwell não dera quaisquer indicações em contrário: o mundo académico celebrara a ocasião com a Conferência de Madrid sobre Literatura Inglesa (resultando nas habituais actas publicadas (Lazaro)), mas o leitor comum teria procurado em vão no domínio público quaisquer lembranças deste tipo. Os acontecimentos de 2003, contudo, não só provaram que o juízo de Rodden estava errado, como ao mesmo tempo demonstraram a persistente utilidade deste tipo de abordagem a Orwell: uma abordagem que considera o legado de Orwell não tanto como uma força *modeladora* de paradigmas críticos, mas antes como um *objecto* fustigado aqui e ali pelos ventos críticos e intelectuais, constantemente reformado e reconstruído segundos as linhas que os paradigmas existentes exigem. Ao contrário, por exemplo, da obra de Foucault, a de Orwell não serviu de alicerce de um discurso académico influente: uma perspectiva que seguramente vai contra a precipitada moda de proclamar Orwell como o pai de uma variedade desconcertante de modernos campos de investigação. Afinal, Peter Stansky e Bernard Crick consideram Orwell um pioneiro da história social do tipo praticado por E.P. Thompson; a opinião de que Orwell foi o fundador de estudos culturais nos seus famosos ensaios e artigos sobre a cultura popular inglesa é ainda mais difundida; alguns reclamam pós-colonialismo, baseando-o de forma algo dúbia num dos seus primeiros romances *Burmese Days*, outros apontam a utilização dos documentários participante-observador de Orwell nos manuais de sociologia, e referem-se a ele como o percussor do Novo Jornalismo de Tom Wolfe. Lynette Hunter vai ao ponto de afirmar que Orwell se antecipa a Lacan, Althusser, Foucault, e Marshall McLuhan, e reagiu contra o pós-modernismo antes mesmo de o conceito ter feito a sua aparição (Cushman & Rodden 229, 235). Mas apenas podemos falar da paternidade de Orwell com respeito a estudos culturais e outros, como falamos da de J. S. Mill relativamente ao feminismo: embora possa haver passos nos escritos de Orwell que *antecipam* as preocupações das escolas críticas de hoje, não podemos de forma alguma dizer que as *criaram*. Este é um sentido muito diferente daquele que se emprega quando se fala de Derrida enquanto pai da Desconstrução, ou de Marx relativamente ao Marxismo. O destino de Orwell foi o de ser, não o progenitor, mas sim o tema de uma nova

² De particular interesse no que se refere a esta apropriação, temos a Introdução de Thomas Cushman, “In Defense of Comrade Psmith: the Orwellian Treatment of Orwell” de Ian Williams; “George Orwell and the Liberal Experience of Totalitarianism” do próprio Hitchens; e “Varieties of Patriotic Experience” de Todd Gitlin. Por outro lado, contributos como “On the Ethics of Admiration – and Detraction” de John Rodden, “Orwell’s ‘Smelly Little Orthodoxies’ – and Ours” de Jim Sleeper; “Orwell’s Satirical Version on the Screen” de Erika Gottlieb; e os capítulos na secção de “Orwell Abroad”, proporcionam visões históricas, testemunhos pessoais, ou afirmações teóricas que fogem a esta tendência específica.

disciplina: o estudo de reputação. Embora tenha surgido na década de 1990 – existindo agora uma pequena indústria na escrita de vidas além-túmulo – este nexo de história cultural, biografia literária e sociologia era virtualmente inexistente quando Rodden escreveu o seu livro. No entanto, apenas podemos fazer sentido do momento actual na história da recepção de Orwell usando o vocabulário de Rodden de reputação-formação. Chamando a atenção para os graus de “desfiguramento” perpetrados pelos diferentes grupos de recepção populares e académicos, o modelo conceitual de Rodden confirma o meu argumento sobre o papel passivo, não-originário dos escritos de Orwell. Por conseguinte, vamos então olhar primeiro a resposta não-académica mundial ao centenário de Orwell.

A Royal Society of Chemistry leva a palma pelo tributo mais estranho, com a sua encomenda de um estudo sobre a realização da chávena de chá perfeita. Descobriu, para sua mágoa, que a receita de Orwell de 1946 estava errada. Continuando no tema das bebidas, Kyndal Spirits, a destilaria perto da residência que Orwell a determinada altura teve nas Hébridas, produziu uma edição limitada de malte chamada “*Isle of Jura 1984*”. Proliferaram mais manifestações de actividade comemorativa: o Festival Internacional de Livros de Edinburgo apresentou simpósios sobre Orwell, houve adaptações ao palco australianas de *Animal Farm* e de *Nineteen Eighty-Four*, anúncios de televisão como “George Orwell – A Life in Pictures” na BBC, e “The Real George Orwell” na ITV; a *Radio Four in Britain* até divulgou os ensaios e jornalismo de Orwell na sua rubrica “Livro da Semana”. Outra marca, esta mais surpreendente, da persistência da presença de Orwell na mente do público foi esse sinal infalível de celebridade – escândalo na imprensa – embora, neste caso, se tratasse de uma respeitável publicação do tipo de *The Guardian*, que se fez tablóide, com manchetes de primeira página a gritar: “A Miúda de Blair: Terá o Amor por esta Mulher Transformado Orwell num Lacaio do Governo?” (21 de Junho de 2003). Na verdade, um estudo dos periódicos revela literalmente centenas de referências a Orwell nos meses que rodearam a data do centenário, constituindo o que um correspondente designou de “Blair-mania” e outro intitulou de “uma orgia de Orwell” (Sullivan). Para além da tradicional utilização de *Nineteen Eighty-Four* para lamentar as tendências totalitaristas da sociedade moderna, tecnologia de vigilância, e políticas governamentais como sejam o *Patriot Act*, dos EUA, bem como as invocações de Orwell em discussões de tudo, desde notícias *New Labour* até à nova política de Christopher Hitchens,³ houve, claro, a questão da infame lista de cripto-comunistas. Uma vaga de cartas acaloradas seguiu de imediato a sua publicação, defendendo “Orwell o santo secular” e condenando “Orwell o delator da polícia” em tons ainda mais acesos; mesmo Bernard Crick contribuiu, repreendendo o *The Guardian* pela sua lúbrica cobertura. Sobreviventes e descendentes das pessoas envolvidas escreveram para os jornais, manifestando as suas opiniões; seguiram-se trocas cáusticas entre os mais recentes biógrafos de Orwell, Scott Lucas e D. J. Taylor.

O surgimento de pelo menos três novas biografias (para não falar numa de Sonia Orwell, e da variedade de edições comemorativas) num único ano seria suficiente testemunho da difusão do fenómeno orwelliano, mesmo sem a controvérsia que o rodeou.⁴ Analisando as biografias em publicações respeitáveis, académicos da estatura de Terry Eagleton, Stefan Collini, e John Carey

³ Carta ao *The Ottawa Citizen* de 22 de Julho de 2003.

⁴ As edições comemorativas do centenário são demasiado numerosas para listar aqui. As biografias incluem: *The Girl from the Fiction Department: A Portrait of Sonia Orwell*, de Hilary Spurling; *George Orwell*, de Gordon Bowker; *Orwell*, de D.J.Taylor; e *Orwell*, de Scott Lucas. Lucas também produziu uma diatribe anti-Orwell intitulada *The Betrayal of Dissent: Beyond Orwell, Hitchens and the New American Century*, que fez dele *persona non grata* junto de muitos estudiosos de Orwell.

conseguiram na maior parte erguer-se acima da refrega, mas a própria existência de um colaborador do *The Times Literary Supplement* intitulado “the Orwell-bashing bandwagon” (Schweizer) foi suficiente para dissipar o equívoco de um qualquer “acontecimento académico” poeirento. Os autores que dependem dos programas escolares para a sua subsistência não provocam cartas ao editor indignadas na imprensa diária, nem fomentam debates acalorados entre intelectuais públicos nas páginas do *The New Yorker* (Louis Menand) ou do *The New Republic* (Leon Wieseltier).

Juntamente com as acusações cáusticas e *ad hominem*, o fluxo de testemunhos hagiográficos não revelavam sinais de acalmar, com escritores como Margaret Atwood e Thomas Pynchon a continuarem a exprimir a sua adulação. A prática não se limitava de todo à cena anglofona. A escritora Isabelle Jarry publicou a homenagem, *George Orwell: Cent Ans d'Anticipation*, meio-ficção, meio-biografia, uma idealização xaroposamente exagerada do seu tema, que não faz a ligação original – no contexto da cansada discussão anglo-americana – entre as posições de Orwell sobre a linguagem e a batalha francesa contra *anglicismes* (55-6). Outro contributo comemorativo cheio de platitudes sobre o carácter honesto e íntegro de Orwell foi o ensaio de Arlen Bloom “Angliyskiy Pisatel” v Strane Bol’shevikov” [“Um Escritor Inglês no País dos Bolcheviques”] publicado na *Zvezda* – uma revista literária de São Petersburgo dirigida a um público educado mas não especialista. O autor foi pura e simplesmente incapaz de resistir a introduzir clichés gastos naquilo que era no mais uma análise inovadora de fontes de arquivo anteriormente desconhecidas relativas à recepção soviética de e interacção com Orwell a partir da década de 1930.

Deixar para trás periódicos de massas e outras produções mediáticas dirigidas a um público geral para nos concentrarmos em publicações mais profissionais apenas altera o campo das batalhas que foram travadas, muda o enfoque da difamação ou reabilitação do carácter de Orwell para o uso e abuso dos seus escritos e conceitos como instrumentos em debates académicos. Orwell é o padrão, abaixo do qual ou contra o qual os críticos se lançam na guerra. Quando Raymond Williams observou que “Na Grã-Bretanha dos anos 50, ao longo de qualquer estrada que percorrâmos, a figura de Orwell parece estar à espera”, estava a exprimir não apenas a sua frustração profissional ao descobrir que Orwell antecipara o seu “novo tipo de análise cultural”, mas também a sua rejeição do que percebia ser o estatuto institucional de Orwell bem como a sua personificação da opinião ortodoxa (citado em Marks 88). Muitos desde então, e Scott Lucas mais recentemente, têm ecoado a condenação de Williams. São os iconoclastas – quebrando a imagem de veneração de cada vez que alguém como Christopher Hitchens ou Simon Schama em *A History of Britain* reverencia Orwell. No entanto, os contributos do volume de Cushman & Rodden mostram que pelo menos alguns críticos são suficientemente conscientes de si mesmos para atacarem a questão “hagiografia vs iconoclasma” de frente.

É um lugar-comum que Orwell tem sido reclamado (e negado) como a luz orientadora de quase todas as doutrinas políticas existentes, desde o velho *Labour* até ao neo-liberalismo, mas em lado nenhum é o seu lado icónico mais evidente do que na utilização que dele é feita como figura de proa na batalha contra o pós-modernismo académico. O paradoxo esta apropriação específica é que confunde mau estilo com má filosofia precisamente da mesma forma que a famosa “fusão da sua aversão por prosa rançada, floreada com a sua aversão por” evasão e insinceridade política (Menand). Orwell o inimigo de linguagem ofuscante é uma visão familiar: o manual de estilo do *The Economist* exorta os seus escritores a seguir as regras estabelecidas em “Politics and the English Language” (“Blair-mania”); proliferam avisos sobre o jargão “Orwelliano” de departamentos

governamentais ou o corrupto “business-speak” de anúncios a universidades. Mais tarde ou mais cedo, era inevitável que Orwell fosse associado à causa do jargão anti-académico. Mas está mais em jogo aqui do que meras práticas de escrita. Orwell representa um lado das barricadas num verdadeiro choque de cosmovisões, ou, pelo menos, é assim que os seus participantes gostam de pintar a situação.

O advento do pós-modernismo, estes comentadores observam, resultou num estado de coisas que se assemelha bastante à de *Mil Novecentos e Oitenta e Quatro*:

The spread of postmodernist rhetoric, with its pretended skepticism about everything, its attempt to reduce all reality to a “text,” and its wild claims about the instability and self-referentiality of language uncannily recall[s] Orwell’s description of Ingsoc, with its denial of objective reality and embrace of an eternally mutable past. (Cushman & Rodden 2004)

Essa é a recente convicção de Daphne Patai, mais conhecida como a mais cáustica crítica feminista de Orwell.

The destruction of the past, or rather of the social mechanisms that link one’s contemporary experience to that of earlier generations, is one of the most characteristic and eerie phenomena of the late twentieth century. Most young men and women at the century’s end grow up in a sort of permanent present lacking any organic relation to the public past of the times they live in. (Hobsbawm 1994: 3)

Estas são palavras de Eric Hobsbawm na Introdução à sua história do século XX, *The Age of Extremes*, e encontram eco em todos os lamentos sobre o pesado Orwelliano de “*twenty-four-hour context-free cable TV driving amnesia*” (Cushman & Rodden 61). No artigo “Orwell, the Lysenko Affair, and the Politics of Social Construction”, publicado no mesma *Partisan Review* para a qual Orwell contribuiu mais de sessenta anos antes, Gorman Beauchamp desenvolve o argumento mais ainda: o “pioneiro na atitude posmodernista para com o facto – para com objectividade, racionalidade, universalidade, as quais são todas denegridas, se não mesmo negadas – é o Camarada O’Brien de Orwell” (2). Se não o próprio Orwell, então pelo menos a sua personagem tem a honra de inaugurar um paradigma cultural. O pósmodernismo, pelos vistos, é o descendente directo das adulterações totalitaristas com a história e com a ciência que preocuparam Orwell mais do que bombas e às quais dedicou a sua obra mais famosa. A conclusão lógica desta linha de pensamento é afirmada claramente: “qualquer cosmovisão que consegue conciliar a realidade com a ideologia, que consegue “desaparecer” factos como lhe apetece, que consegue subverter o próprio conceito de verdade objectiva claramente serviria as necessidades dos autoritários” (10). Os alvos especiais de Beauchamp são os construcionistas sociais que infestam o campo da sociobiologia, que interferem com as tentativas de determinar o papel dos genes na criminalidade, por exemplo, em virtude de uma fé mal orientada na construção cultural de tudo. O seu método de argumentação científica por calúnia política e tentativa de silenciamento é demasiado remanescente da destruição da genética soviética feita por Lysenko para o gosto de Beauchamp, mas o que ainda mais o intriga é “porque esta ideologia específica, facto-fóbica e ultra-esotérica, se tornou o substituto de activismo para os académicos radicais” (9).

Esta é efectivamente o centro da questão para a maior parte dos críticos. Diz-se que a derrota política da Esquerda com a qual Terry Eagleton abre *The Illusions of Postmodernism*, e James Miller começa o seu artigo “Is Bad Writing Necessary? George Orwell, Theodor Adorno and the Politics of Language”, teve necessidade da fuga para um esquerdismo filosófico substituto. Como confirma Beauchamp, a ligação que Orwell faz de “autoritarismo esquerdóide com relativismo epistemológico e axiológico... previu com exactidão o advento do pós-modernismo actual, que postula ligações entre a negação da verdade objectiva e radicalismo político” (8). Mas a ligação – a existir – é inversa, mantêm os paladinos de Orwell; radicalismo e a negação da verdade objectiva são incompatíveis. Uma escrita opaca, carregada de jargão nos estudos literários, o tratamento do passado como uma compilação de textos ficcionais na história, e o pendor anti-empirista geral das disciplinas suaves podem passar por postulados radicais na torre de marfim da academia, mas não tem relevância prática fora dela. Este é o argumento. Embora polemizando os méritos opostos do empirismo e do discurso comum e as implicações autoritárias do construcionismo social e do jargão rebuscado, o campo de Orwell trata a escrita impenetrável e o idealismo Berkleyiano extremo como se fossem permutáveis. Mesmo Eagleton, quando adverte os pós-modernistas para não deitarem fora o bebé político com a água linguística, equaciona os dois:

Every paid-up Postmodernist knows how to laugh this doctrine [Orwell's naïve theory of language] to scorn; it is just that most of them disastrously throw out Orwell's politics of lucidity along with it. His Enlightenment conflation of truth, language, clarity and moral integrity may have involved some questionable epistemology, but politically speaking it is worth a lot more than the work of those whose contribution to the subversion of Western Reason is to write unintelligibly. Orwell thought that the Spanish Civil War provided evidence that the concept of objective truth was falling out of fashion. It has fallen a good deal further since then, not least among the intellectuals who are supposed to be its custodians. (Eagleton 2003: 7-8)

Esta, detalhadamente, é a perspectiva daqueles que ergueram a sua tenda à sombra da bandeira de Orwell, tendo os seus opositores escolhido Theodor Adorno – outro suposto fundador dos estudos culturais – como seu santo padroeiro.⁵ Neste contexto, não é por acaso que a mesma revista *Philosophy and Literature* que atribui prémios de Má Escrita aos fãs de Adorno como Judith Butler publique um ensaio excepcionalmente claro e directo sobre Orwell que defende uma apreciação tradicional de *Nineteen Eighty-Four* como literatura (Posner).

Nada nos escritos de Orwell, claro, nem sequer os seus mais cáusticos ataques ao “relativismo” induzido pelo Partido de intelectuais de Esquerda, sugere que tenha inventado ou mesmo previsto o pós-modernismo e a oposição a este. Mas um público institucional particular insiste em reclamá-lo como profeta do primeiro e, similarmente, como líder espiritual da segunda. São eles, não ele, que fazem a ligação entre reescritas ideológicas da história e da ciência nazis e soviéticas (ou de inspiração soviética) e as práticas dos académicos ocidentais de *hoje*, e extrapolam consequências totalitárias deste facto. Que ambas as actividades são exemplos flagrantes da falácia do tipo “se Orwell aqui estivesse hoje pensaria como eu”, foge à sua atenção. Mas o trabalho de John Rodden sobre o processo de formação da reputação permite que *nós* vejamos esta adaptação específica dos conceitos de Orwell como mais uma face na sua galeria de retratos, ao lado da do homem comum

⁵ Cf. James Miller e Robert Davis-Undiano.

ou do rebelde, embora distorcida de forma diferente. Que os escritos de Orwell, com selecção e interpretação adequadas, possam servir como arma de eleição na cruzada anti-pós-modernista confirma o seu valor instrumental mais do que fundacional. Também constituem a matéria-prima para este tipo de crítico mais preocupado com a política britânica moderna, que trata de pendurar a sua, discutivelmente mais fiel, versão de Orwell na parede.

Num artigo bastante estranho para *The Spectator* de 21 de Junho de 2003, um correspondente descreve o seu deambular por Kentish Town, em Londres, onde Orwell viveu na década de 1930, e onde presumivelmente colocou o bairro proletário de *Nineteen Eighty-Four*. O resultado é que “o último pedaço livre da Grã-Bretanha” desapareceu, a velha comunidade de trabalhadores desintegrou-se sob a dupla pressão do estado e do mercado (Mount 28). Embora errante, incoerente e evidentemente conservador, o artigo toca de facto numa questão que é explorada em muito mais detalhe e conferida de muito mais sérias implicações em *Narratives of British Socialism*, de Stephen Ingle. Desenvolvendo o pensamento exposto numa série dos seus anteriores livros e ensaios, Ingle define “Orwellismo” como “a crença nos valores das pessoas vulgares”: a força motriz por detrás da concepção de socialismo de Orwell (51). Que o seu socialismo era ético mais do que teórico é um axioma aceite pela maioria dos admiradores e críticos de Orwell,⁶ mas Ingle torna-o central à sua explicação do declínio do *Old Labour* e da sua base de classe trabalhadora. As comunidades mineiras dos tempos de Orwell, nas quais baseou o seu mito de uma moralidade decente e igualitária, foram em primeiro lugar minadas pela afluência, por crescentes oportunidades sociais, e por provisões do estado beneficência dos anos do pós-guerra, e acabadas pelo Thatcherismo. A maré de consumismo corroeu a coesão das redes sociais tribais; o neo-liberalismo quebrou o sistema de valores comunitário, e varreu os últimos vestígios de esperança. Dependendo para a sua existência da própria adversidade económica que o socialismo se propunha ultrapassar, a comunidade de trabalhadores não podia sobreviver a esta investida do “progresso”. E a implosão dos valores Orwellianos no seu território central teve paralelo no abandono do socialismo e da política visionária do primeiro *Labour*.

Embora alguns aspectos da discussão de Ingle sejam discutíveis, na sua maior parte esta apropriação específica de Orwell tem uma base sólida nos seus escritos – quer sejam sobre o conflito de utopias consumistas e irmandade humana socialista, as amplamente conhecidas evocações da família de classe trabalhadora ideal, a questão de saber se a impotência é um pré-requisito da decência da classe trabalhadora, ou as secções de *The Road to Wigan Pier* que descrevem os luxos baratos e os paliativos que garantiram a passividade dos mineiros. O mesmo não pode ser dito das cansadas utilizações a que os clichés políticos “Orwellianos” continuam a ser postas por autores como Hitchens, que, na sua Introdução de 2003 à nova edição de *Animal Farm* e *Nineteen Eighty-Four* mais uma vez invocou o espectro Orwelliano do totalitarismo no Iraque, de uma maneira santificada pelos combatentes da Guerra Fria. Hitchens, em certo sentido, é um alvo fácil. No que toca a reavaliações, *Orwell's Politics*, de John Newsinger, uma monografia erudita publicada três anos antes de *Orwell's Victory*,⁷ é significativamente mais substancial, antecipando a discussão de Hitchens da Lista e os duplos padrões de Raymond Williams, e explorando a ligação americana de Orwell com incomparavelmente mais destreza e capacidade de persuasão. Mas, claro,

⁶ Cf. *English Ethical Socialism*, de Dennis & Halsey, por exemplo.

⁷ Intitulado *Why Orwell Matters* nos EUA.

as aplicações mais bem sucedidas do legado de Orwell a preocupações actuais são precisamente aquelas que tratam com questões às quais o próprio Orwell respondeu. Quando Newsinger ironicamente observa que “confrontado com o fenómeno de *New Labour*, ele teria considerado a sua mudança de nome de Blair para Orwell como surpreendente clarividência,” tem um minucioso exame da relação de Orwell com o partido Trabalhista da década de 1940 para sustentar a sua posição. De igual forma, o enquadramento que Ingle faz do declínio do socialismo na Grã-Bretanha moderna em termos da dissolução dos valores de classe trabalhadora Orwellianos, quer seja correcto ou não em si mesmo, é pelo menos baseada no próprio pensamento de Orwell, de uma forma que as mais fantasiosas aplicações dos seus escritos, como a polémica de Jonathan Rose sobre a recente atitude americana ao assédio sexual, não são.⁸

Num livro publicado na série “Transitions” em 2003, John Brannigan adverte: “*we need to be cautious of the extent to which Orwell is constructed as the founding figure, or progenitor, of specific lines of literary and political descent*” (3). Ainda que seja verdade que a sua influência em, por exemplo, Membros de Parlamento Trabalhistas mais velhos, os escritores do Movimento, e os *Angry Young Men* da década de 1950 tenha sido documentada, nenhum dos debates modernos ou discursos considerados aqui devem a sua existência a Orwell, embora todos façam uso dos seus conceitos como ferramentas ou munição, com graus diferentes de fidelidade à fonte. É este processo que merece estudo crítico, e após cem anos de Orwell a teoria da recepção de John Rodden é a única coisa por aí que pode pôr em perspectiva reacções e interpretações tão diferentes como as de Ingle e as de Beauchamp, como parte de uma meta-narrativa global de reputação.

Tradução de Isabel Canhoto

Bibliografia

- Anderson, P., (org.) (2006) *Orwell in Tribune*, Politico's Publishing Ltd., 2006
- Atwood, M., (2003) “Why Animal Farm Changed My Life,” *The Age* 12 July.
- Beauchamp, G., (2001) “Orwell, the Lysenko Affair, and the Politics of Social Construction,” *Partisan Review* 68.2 (Spring): 266-78.
- Bell, G., (2003) “The Road to Big Brother's House,” *The Daily Telegraph* 12 July: 14
- Bloom, A., “Angliyskiy Pisatel” v Strane Bol'shevikov: K 100 – letiyu George Orwell,” *Zvezda* 6 (2003)
- Bowker, G., (2003) *George Orwell*, Little, Brown, London.
- Brannigan, J., (2003) *Orwell to the Present: Literature in England, 1945-2000*, Palgrave Macmillan, Hampshire.
- Collini, S., (2003) “The Grocer's Children: The Lives and Afterlives of George Orwell,” *The Times Literary Supplement* 20 June: 3-6
- Crick, B., (2001) *Crossing Borders: Political Essays*, Continuum, London.
- Crick, B., (2003) Letter. “Orwell's “Premature anti-Stalinism”, *The Guardian* 24 June: 23
- Cushman, T., Rodden, J., (org.) (2004) *George Orwell: Into the Twenty-First Century*, Paradigm, Boulder.
- Davis-Undiano, R., (2000) “Back to the Essay: *World Literature Today* in the Twenty-First Century,” *World Literature Today* 74.1 (Winter): 4-9
- Dennis, N., Halsey, A.H., (org.) (1988) *English Ethical Socialism: Thomas More to R. H. Tawney*, Clarendon Press, Oxford.
- Eagleton, T., (1996) *The Illusions of Postmodernism*, Blackwell Publishers, Oxford.
- Eagleton, T., (2003) “Reach-Me-Down Romantic,” *London Review of Books* 19 June: 6-9

⁸ Jonathan Rose, “Abolishing the Orgasm: Orwell and the Politics of Sexual Persecution” in Cushman & Rodden, 23-44.

- Editorial, "Blair-mania," *The Economist US Edition* 28 June.
- Gleason, A., Goldsmith, J., and Nussbaum, M.C., (org) (2005) *On Nineteen Eighty-Four: Orwell and Our Future*, University of Princeton Press, Princeton, New Jersey.
- Hitchens, C., (2002) *Why Orwell Matters*, Basic Books, New York.
- Hobsbawm, E., (1994) *The Age of Extremes: A History of the World, 1914-1991*, Pantheon Books, New York.
- Ingle, S., (2002) *Narratives of British Socialism*, Palgrave Macmillan, Hampshire.
- Ingles, S., (2005) *The Social and Political Thought of George Orwell: A Reassessment*, Routledge, London.
- Jarry, I., (2003) *George Orwell: Cent Ans d'Anticipation*, Editions Stock, Paris.
- Jones, P., (2003) "Language Barriers," *The Spectator* 14 June: 26-8
- Kennedy, M., (2003) "How To Make a Perfect Cuppa: Put Milk In First," *The Guardian* 25 June.
- Lazaro, A., (org.) (2001) *The Road from George Orwell: His Achievement and Legacy*, Peter Lang, Bern.
- Lucas, S., (2004) *The Betrayal of Dissent: Beyond Orwell, Hitchens and the New American Century*, Pluto, London.
- Lucas, S., (2003) *Orwell*, Haus, London.
- Lucas, S., Taylor D.J., (2003) "Take Two: Orwell: Saint or Stooge?" *The Guardian* 28 June: 18
- Marks, P., (1999) "Reputations: George Orwell," *The Political Quarterly* 70.1: 83-90
- Menand, L., (2003) "Honest, Decent, Wrong: The Invention of George Orwell," *The New Yorker* 27 January: 84-91
- Miller, J., (2000) "Is Bad Writing Necessary? George Orwell, Theodor Adorno, and the Politics of Language," *Lingua Franca* 9.9 (December/January): 33-44
- Mount, H., (2003) "Proles Apart," *The Spectator* 21 June: 28
- Newsinger, J., (1999) *Orwell's Politics*, Macmillan Press, Hampshire.
- Orwell, G., (2003) *Orwell: The Observer Years*, Atlantic Books, London.
- Posner, Richard A. (2000) "Orwell Versus Huxley: Economics, Technology, Privacy, and Satire," *Philosophy and Literature* 24: 1-33
- Pynchon, T., (2003) "Forward". *Nineteen Eighty-Four: Centennial Edition*, New York: Plume Harcourt Brace.
- Rodden, J., (org.) (2007) *The Cambridge Companion to George Orwell*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Rodden, J., (2006) *Every Intellectual's Big Brother: George Orwell's Literary Siblings*, University of Texas Press.
- Rodden, J., (2002) *George Orwell: The Politics of Literary Reputation*, 2nd ed., Transaction Publishers, New Brunswick, New Jersey.
- Rodden, J., (2003) *Scenes from an Afterlife: The Legacy of George Orwell*, ISI Books, Wilmington.
- Ronfani, U., (org.) (2004) *Orwell: i Maiali e la Libertà*, Bevivino, Milano.
- Schama, S., (2002) *A History of Britain: The Fate of Empire 1776-2000*, Vol. 3, Hyperion Miramax Books, New York.
- Schweizer, B., (2003) "Letter. "Radicals on the Road", *The Times Literary Supplement* 10 January: 15
- Spurling, H., (2003) *The Girl from the Fiction Department: A Portrait of Sonia Orwell*, Penguin, London.
- Stansky, P., (1999) *From William Morris to Sergeant Pepper: Studies in the Radical Domestic*, The Society for the Promotion of Science and Scholarship, Palo Alto, CA .
- Stewart, A., (2003) *George Orwell, Doubtless, and the Value of Decency*, Routledge, New York.
- Sullivan, J., (2003) "Orwell's 100th Causes a Doublethink," *Sunday Age* 20 July.
- Taylor, D. J., (2003) *Orwell*, Chatto & Windus, London.

CALEIDOSCÓPIO

RECENSÕES

BECEM2

William Leiss, Stephen Kline, Sut Jhally & Jacqueline Botterill (2005) *Social Communication in Advertising – Consumption in the Mediated Marketplace*. New York: Routledge, 683 pp.

Ana Jorge

Social Communication in Advertising, uma obra originalmente editada em 1986, merece novo destaque nesta sua terceira edição, revista e aumentada, de 2005. A perspectiva de análise mantém-se: o reconhecimento do papel fundamental que a publicidade desempenha na cultura e na sociedade contemporâneas, pelas suas dimensões – indissociáveis – económica e simbólica. O que esta edição vem acrescentar é uma actualização dessa perspectiva, dando conta da evolução da indústria publicitária e das suas ligações dinâmicas ao campo comunicacional e social durante a década de 90 e na viragem para o século XXI. Actualização tanto mais relevante quanto reflecte a influência da Internet e da globalização no mercado, na comunicação e na sociedade sob o efeito da publicidade e da comunicação das marcas.

Os autores perspectivam a publicidade na condição de *comunicação ou discurso social* (no sentido em que medeiam as relações materiais e sociais através dos significados projectados nos objectos), como *instituição* em que economia e cultura se entrecruzam ao ponto da indistinção, e como *recurso cultural* à disposição dos indivíduos. A concepção da publicidade como discurso é, de certa forma, devedora de uma ideia de *poder*, encarando a publicidade enquanto força que tenta perpetuar uma verdade sobre outras e naturalizar a arbitrariedade dos significados promovidos como legítimos.

A primeira parte da obra traça a história institucional da publicidade desde finais do século XIX, enquanto indústria e profissão e a estruturação do próprio campo publicitário em

torno da estrutura organizacional *agência*; nas suas relações com a economia e com os media. Por um lado, a publicidade afirmou-se pela sua valência económica de mediação entre produção e consumo. Essa valência não é explicada pelo argumento de que a publicidade manipula necessidades, no interesse dos anunciantes em detrimento dos consumidores, argumento rejeitado pelos autores por ser simplista e insuficiente para compreender a questão mais vasta sobre as implicações da publicidade na definição de relações sociais. A irracionalidade é parte de um sistema mais vasto cuja responsabilidade não cabe apenas à publicidade. Esta tem a grande vantagem de permitir um sistema de comunicação relativamente diversificado, ao qual, no entanto, não deixou de infligir um forte condicionamento. Durante o século XX, os media foram-se modificando para captar audiências, que o mercado procurava sob a forma de consumidores-alvo. Por outras palavras, a publicidade foi uma força intermediadora que se interpôs na forma como se foi definindo a relação entre os media e as suas audiências.

Por outro lado, porém, há um aspecto mais fundamental em que a publicidade é um discurso de comunicação social, num nível que poderíamos classificar como antropológico: imprimindo significados sociais e culturais aos objectos, a publicidade facilita a sua utilização como marcadores de identidades e distinções, tornando-se um verdadeiro mediador de relações entre objectos e pessoas, e das pessoas entre si. Todas as culturas investem os objectos de significados, mas, em sociedades não tradicionais, esse papel cabe sobretudo à publicidade e ao marketing.

Por conseguinte, os anúncios evoluíram sob a premissa cada vez mais acentuada de que o consumo é *social*, ou seja, que ajuda à estilização e auto-expressão dos indivíduos. Daí que a utilidade funcional dos objectos tenha dado lugar, nos anúncios, aos seus efeitos no

RECENSÕES

CALEIDOSCÓPIO

consumidor; e que o consumidor assuma mesmo um papel predominante sobre os produtos. No entanto, esta história das formas de comunicação publicitária só foi possível graças à própria evolução dos media, cada vez mais personalizados, estilizados, segmentados, num processo de dupla adaptação.

É na segunda parte do livro que surge a novidade da obra, reflectindo a crescente orientação do mercado em torno do *consumo de estilo de vida*, a derradeira síntese entre cultura, mercado e identidade. Uma nova fase no desenvolvimento imbricado da publicidade, dos media e da sociedade que torna o consumo uma parte central da cultura contemporânea. As agências de publicidade globais e “*full service*”, abarcando todos os níveis de comunicação, são uma resposta à expansão das indústrias culturais, que saturam o ambiente cultural de referências face às quais os indivíduos precisam de guias; não podem senão criar um estilo de vida que lhe permita vencer a constante mudança.

As novas tecnologias, a globalização e a criação de nichos são as três tendências mais expressivas no campo dos media desde meados da década de 80 até aos dias de hoje, consideram os autores, introduzindo cada vez mais competição dentro dos media por uma mesma audiência, embora com uma nova abordagem, mais individualizada. No entanto, a diversidade dos media não é mais do que uma retórica do mercado, que, na verdade, responde à falência do modelo de consumo e de media de massas através de uma procura sistemática dos segmentos de mercado mais lucrativos.

Esta análise da publicidade como uma mediação – activa – entre cultura e comércio, que contribuiu para a propagação das estratégias promocionais em toda a cultura (como dizia Wernick), é simultaneamente um registo sustentado em casos históricos e uma reflexão sobre as relações estruturais entre a

publicidade e todo o campo da comunicação. *Social Communication in Advertising* vale tanto pela perspectiva histórica da evolução da indústria publicitária e dos media, como pela actualidade da análise; a profundidade e extensão da análise oferecem um estudo bem documentado (embora centrado na experiência da América do Norte) sobre uma das principais instituições culturais da contemporaneidade.

Uma obra importante não só para aqueles que investigam história e sociologia da publicidade, mas para todos os que se interessam pelo fenómeno da comunicação, para lançar a reflexão sobre até que ponto a publicidade ajudou(a) a construir o campo dos media tal como hoje o conhecemos e o que se pode esperar para o futuro.

Michel Mathien (2007) *Les Journalistes – Histoire, Pratiques et Enjeux*. Paris: Ellipses Éditions, 268 pp

Carla Baptista

Este livro de Michel Mathien, professor de Ciências da Informação e da Comunicação na Universidade Robert Schuman, em Estrasburgo, completa e actualiza uma edição anterior – *Les Journalistes*, Paris, PUF, 1995 – e confirma o autor como um dos grandes especialistas internacionais da pesquisa sobre a evolução da identidade profissional deste grupo.

As questões novas emergentes neste volume prendem-se, fundamentalmente, com as transformações sofridas pelo campo jornalístico devido à globalização e aos novos usos das tecnologias da informação que modificaram, por vezes drasticamente, as condições de exercício da profissão dentro das empresas mediáticas.

O grupo profissional dos jornalistas retira a sua legitimidade simbólica do facto de lhes serem colectivamente reconhecidas funções sociais dentro de um sistema definido como democracia representativa. Enquanto “profissionais dos ofícios centrados sobre a produção, difusão e distribuição de informação pública destinada aos cidadãos” cimentaram historicamente um consenso de que são importantes para a definição de um ideal político em permanente construção. Num contexto de uma sociedade de informação e de alargamento das fronteiras da comunicação, os jornalistas correm o risco de ver ruir os diques que tão laboriosamente ergueram para defender o “seu” território da intromissão de outros agentes contra quem sempre disputaram o centro (e as margens) do seu ofício.

Michel Mathien discute as formas pelas quais o jornalismo é interpelado hoje pelas mutações do universo comunicacional contemporâneo. Uma destrição importante consiste em

separar aquilo que releva do jornalismo daquilo que resulta dos media. Esta operação é delicada e obriga a um pensamento “descritivo e transversal”, como anuncia o autor. Por um lado, a profissão de jornalista foi-se historicamente demarcando ao cavar uma oposição contra “os amadores, os benévolos, os políticos e os comerciantes”. Mas, por outro, foi a própria evolução das tecnologias, ao diminuir a distância e o tempo, que forçou a retórica jornalística e desinteressar-se da oposição entre o *próximo* e o *distante* e a valorizar o presente e o instante, o *aqui* e *agora*.

A discussão torna-se ainda mais densa quando comparamos o jornalismo com outras profissões. Enquanto para a maioria dos ofícios, a evolução tecnológica representou uma oportunidade de especialização e propiciou ainda maiores ganhos simbólicos e materiais (veja-se o caso dos médicos, por exemplo), os jornalistas nunca viram tão questionadas as suas práticas, ao ponto de se ter mesmo criado aquilo que Mathien chama “o mito de todos jornalistas”.

Socorre-se de Francis Balle (*Et si la presse n’existait pas...*, Paris, Lattès, 1987) para explicar a permanente resistência das sociedades em assumir plenamente a profissionalização do jornalismo – na maioria dos países a entrada na profissão não obriga à posse de nenhum título académico nem à prova da posse de competências específicas e a regulação deontológica faz-se na base da adesão voluntária aos códigos existentes: “É porque as democracias liberais nunca reconheceram aos jornalistas a exclusividade da liberdade de palavra que sempre recusaram a sua profissionalização, à semelhança da medicina” (p. 19).

Do segundo ao sexto capítulo o livro de Michel Mathien é talvez excessivamente centrado no caso francês, traçando a evolução do jornalismo naquele país, desde a primeira *Gazette*, fundada em 1631 por aquele que os

RECENSÕES

CALEIDOSCÓPIO

manuais de história costumam referir como o primeiro jornalista: Théophraste Renaudot.

O olhar enriquecido pela perspectiva histórica acrescenta muitas vezes dimensões surpreendentes e, neste caso, Renaudot foi tanto o primeiro jornalista organizado como o primeiro comercial encartado, já que a sua *Gazette* tanto publicava pequenas notícias oriundas de várias cidades francesas e da Corte, como publicava anúncios sobre ofertas de trabalho, serviços e produtos. O jornal, de quatro páginas e regularidade semanal, promovia ainda a divulgação da obra social de Renaudot que, sendo médico (mais tarde foi mesmo nomeado médico de Louis XIII) dava consultas gratuitas e dedicava-se a uma obra filantrópica de ajuda aos pobres.

É no sétimo e último capítulo que o livro recupera a dimensão ensaística do início, ao situar a profissão dentro das suas balizas actuais – por um lado, uma legitimidade construída também na base de um questionamento ético (que levou ao nascimento dos primeiros códigos deontológicos, em 1918 e a uma intransigente defesa de valores como a verdade, a justiça e o bem comum); por outro, a constatação de que essa fonte originária onde parecia repousar a razão de ser da profissão está cada vez mais seca e é cada vez menos frequentada.

Mathien refere-se à proverbial independência do jornalista (que funda a ideia de um relato sintético e objectivo de factos verdadeiros) como um “mito dinâmico persistente”, não no sentido de constituir uma crença infundada sobre uma realidade tangível mas, justamente, como motor e manifestação de um certo projecto social e político. Ora, é justamente este projecto que está em crise. Os destinatários das mensagens jornalísticas já não podem ser genericamente aglutinados sob a designação de cidadãos; dividiram-se numa panóplia de outras categorias, incluindo a de

espectadores, consumidores e, também, muitas vezes produtores da informação.

A discussão presente sobre a hipotética regulação futura dos conteúdos jornalísticos também não parece muito promissora. As resoluções sobre o problema vão-se acumulando ao mesmo tempo que, por todo o lado, subsiste a esperança optimista de que o modelo da “liberdade enquadrada” vá funcionando sem grandes derivas.

Não surpreende, por isso, que, na conclusão deste volume, o autor faça um regresso ao básico, isto é, ao próprio jornalista. E, se, sobretudo em França, Mathien fale de um “mal-entendido” crónico que *idealizou* o jornalista como um profissional liberal – quando a liberalidade sempre foi, como em todo o lado, sancionada por múltiplos constrangimentos práticos e empresariais – este equívoco acabou por cimentar uma cultura profissional de resistência contra certas evoluções mercantilistas da oferta mediática. Portanto, acrescenta Mathien, “é um mal-entendido que tem a sua força”. E, em tempos difíceis, é preciso “fazer das fraquezas forças”, como diz o povo...

CALEIDOSCÓPIO

RESUMOS BEZONW

António Machuco Rosa

ELEMENTOS PARA UMA TEORIA DOS NOVOS MEDIA

Este artigo procura identificar os principais elementos que constituem o modelo teórico que está a emergir em consequência do desenvolvimento dos novos media baseados em redes de computadores. A teoria dos novos media é comparada com os modelos clássicos da comunicação de massas, em especial com o de Shannon. Após ter-se traçar a evolução dos estudos em comunicação nos anos oitenta, tomamos como fio condutor de análise a distinção entre os níveis físico, lógico e de conteúdos presentes em qualquer meio de comunicação tecnologicamente mediado. Veremos então ser possível estabelecer uma ligação rigorosa entre a teoria geral dos sistemas complexos e os novos media, apontando o papel crucial do mecanismo de retroacção positiva e ainda a necessidade de pensar o conceito clássico de audiência. Finalmente, ao nível dos conteúdos, salientamos que os novos media obrigam a repensar o tema da propriedade intelectual.

ELEMENTS TOWARDS A THEORY OF NEW MEDIA

This paper will try to identify the main elements that constitute the theoretical model that is emerging as a consequence of the development of new media based on computer networks. The theory of new media will be compared with the classical models of mass communications, especially with that of Shannon's. After tracing the evolution of communication studies in the eighties, we will take as one of our threads of analysis the distinction amongst the physical, logical and content levels present in any technologically mediated communication process. We will then see that it is finally possible to establish a rigorous connection between the general theory of complex systems and new media, pointing out the crucial role of positive feedback mechanisms and also the need for rethinking the classical concept of audience. Finally, at the content level, we will point out that the nature of new media requires rethinking the subjects of intellectual property.

Luís Filipe B. Teixeira

CRITICISMO LUDOLÓGICO: SIMULAÇÃO ERGÓDICA (JOGABILIDADE) VS FICÇÃO NARRATIVA

Neste ensaio pretendemos reflectir sobre algumas das diferenças a estabelecer entre as noções de «jogabilidade ergódica» e de «ficção narrativa», essencialmente, por relação com as categorias de «simulação» e de «representação». Como acontece sempre em casos semelhantes, as primeiras investigações neste campo do saber (que se desenvolvem como uma das linhas de investigação do criticismo ludológico, sobretudo, a partir dos finais dos anos 90) consideram o estudo dos jogos no contexto das teorias já existentes, em especial, comparativamente às teorias narratológicas, o que não será de estranhar se se disser que, com efeito, enquanto o estudo sobre jogos tem perto de 40 anos, o sobre narrativas já leva vários séculos de avanço, sendo um dos mais influentes da nossa cultura Ocidental, iniciando-se, precisamente, com os estudos desenvolvidos a partir da *Poética* aristotélica. No entanto, se haverá, porventura, jogos em que a composição «narrativa» é por demais evidente (como é o caso, por exemplo, da maioria dos de aventura), contudo, haverá outros em que ela é (claramente) substituída pela componente «jogabilidade» e pelos mecanismos de (pura) simulação. Por exemplo, uma coisa é a «representação» (imagética) da cidade de Londres e outra, bem diferente, a «simulação» (maquinica) de uma cidade de *Sim City*, obedecendo a um «modelo» que inclui «regras» (de comportamento). Ou seja, enquanto uma narrativa **descreve** acontecimentos particulares, passíveis de serem generalizados para se inferirem as regras; os jogos, enquanto simula-

ções, baseiam-se em regras gerais que podem ser aplicadas a casos particulares, possibilitando a «experimentação» e a possibilidade de se «modelar» as regras que governam o sistema. A questão que *prima facie* se coloca, e que já tem vindo a ser referida, com maior ou menor insistência e acutilância, por outros teóricos, é saber se este novo objecto de estudo, designado de «videojogo» ou de «jogo de electrónico/computador», enquanto objecto de estudo da Ludologia (mas que não se esgota nele!), não obriga à construção de novas categorias hermenêuticas, por implicar uma actividade, em termos de experiência, diferente daquela analisada, em termos formais, pelas metodologias descritivas em causa.

É que, com efeito, a categoria da simulação ergódica/«jogabilidade» permite novas formas de experienciar/construir a mediação/imersão e, com ela, mais perto de nos retratarmos, lúdica e maquinicamente, do lado-de-lá do espelho/ecrã (diferente do espelho/papel) em que nos vemos transformar, quantas vezes heteronimicamente, numa qualquer Alice feita gente.

LUDOLOGY CRITICISM: ERGODIC SIMULATION [GAMEPLAY] VS NARRATIVE FICTION

This essay seeks to reflect on some differences that should be established between the concepts of “ergodic gameplay” and “narrative fiction”, on the basis of the categories of “simulation” and “representation”. As in similar cases, early research in this field (which has developed as one of the research vectors of ludology criticism since the late nineties) considers the study of games in the context of existing theories, namely, those of narratology. This situation is perplexing to the extent that while the study of games dates 40 years back, that of narratives is much older, having been inaugurated with Aristotle’s *Poetics*, and thus exercising considerable influence in Western culture. However, if there are games in which “narrative” composition is obvious (as is the case, for example, of great part of adventure games), the latter is (clearly) replaced by “gameplay” composition and by the mechanisms of (pure) simulation in other games. For instance, the (imagetic) “representation” of London should not be conflated with the (machinical) “simulation” of *Sim City*, due to obeying a model that includes “rules” (of behaviour). While “representation” describes a narrative of particular events susceptible to being generalised so as to infer rules, games, as simulations, base themselves on general rules that may be applied to particular cases, thus facilitating experimentation and the “modelling” of rules that govern the system. A question that we should pose, and that has already been referred by other theoreticians, is that of knowing whether or not ludology’s new object of study, designated as “videogame” or

“electronic/computer game”, should bring about the construction of new hermeneutic categories due to implying an experiential activity different from that which is analysed, in formal terms, by descriptive methodologies. In effect, the category of ergodic simulation, or “gameplay”, allows for new forms of experience/construction of mediation/immersion to take place. We may thus draw closer, ludically and machinically, to the other side of the mirror/screen (distinct from mirror/paper) into which we, in the wake of Alice, often heteronomically transform ourselves.

RESUMOS

CALEIDOSCÓPIO

Edmundo Cordeiro

DELEUZE: COMUNICAÇÃO, CONTROLO, PALAVRA DE ORDEM

Em alguns dos seus textos, Gilles Deleuze terá colocado em questão, por uma razão ou por outra, a comunicação. Identificou-a ao sistema do controlo e opô-la normalmente à criação – e opô-la tanto à filosofia quanto à arte. O que é que tudo isto quer dizer?

DELEUZE: COMMUNICATION, CONTROL, GIVING THE WORD

Gilles Deleuze, in some of his writings, for one reason or the other, questioned communication. He identified it with a control system and opposed it to creation. He also opposed it both to philosophy and art. What is the meaning of all this?

Jorge Leandro Rosa

CULTURA VISUAL E EXIBIÇÃO ARTÍSTICA: O OBSERVADOR EMERGENTE

Na primeira metade do século XIX, através da complexificação das tecnologias de consumo, os procedimentos associados à percepção visual tornaram-se o objecto central da própria visão e, consequentemente, colocaram-se no centro da teoria. Num certo sentido, podemos afirmar que uma nova compreensão, quer da luz, quer da temporalidade, se tornou na principal fonte da fenomenologia do século XX e da ontologia das artes visuais. A modernização tecnológica também efectuou uma reavaliação da visão, abrindo caminho para uma nova compreensão da imagem e da percepção visual nas artes tecnológicas contemporâneas. A Estética é, agora, uma disciplina filosófica essencialmente preocupada com a luz e com a percepção. Pode a História da Arte coincidir com uma história da percepção? Nos nossos dias, e depois de um longo período de relação equívoca, o crítico de arte e o investigador académico do domínio artístico estão ligados por uma estranha assimetria cognitiva das suas narrativas: ao mesmo tempo que ambos se encontram no processo de abandonarem critérios próprios de avaliação da debilitada qualidade estética das obras de arte contemporâneas, devem assegurar que o quadro tecnológico que sustenta e dinamiza a arte contemporânea não se transforma em justificação teleológica da tecnologia em si mesma, sustentando o seu devir como sinónimo da arte. De facto, os *cultural studies* são, cada vez mais, confrontados com a necessidade de conceptualizarem a técnica enquanto elemento chave da cultura.

VISUAL CULTURE AND TECHNOLOGICAL ARTS: THE OBSERVER FORMERLY KNOWN AS SPECTATOR

In the first half of the nineteenth century, the process of visual perception became a primary object of vision itself and theory. In a certain sense, we can say that a new understanding of both light and temporality is the main source for the 20th century's phenomenology and ontology of visual art. Technological modernization also effected a revaluation of vision opening the path toward a new understanding of image and visual perception in contemporary technological arts. Aesthetics is now a philosophy mainly concerned with light and perception. Does the history of art coincide with a possible history of perception? In our days, the art critic and the art scholar are bound to a strange cognitive asymmetry of narratives: while they are in the process of turning away from a debilitated aesthetical quality in the present day work of art, they must assure, at the same time, that all the technological frames sustaining and dynamizing contemporary art do not become a teleological justification of technology in itself. In fact, cultural studies are increasingly confronted with the need of conceptualizing technology as culture. Digital image plays a central role in this sort of double-bind and defines today's problematic phenomenon of the observer.

Anna Lubecka

***CULTURE JAMMING:* PRECISAMOS DELE?**

A riqueza da cultura pós-moderna, os seus estilos, modas, ideias, conceitos e filosofias variadas tornam a escolha e a novidade parte integrante do nosso quotidiano. No entanto, serão as nossas decisões tomadas em consciência? Será que resultam da compreensão da realidade circundante? Ou, perdidos numa massa de informação, será que nos limitamos ao nível superficial da vida, seguindo os outros? O movimento de *culture jamming* (obstrução cultural), um fenómeno sócio-cultural e político das duas últimas décadas, permite-nos tomar conhecimento de modos conscientes de criação e participação na cultura pós-moderna, particularmente na cultura de consumo. A compreensão dos mecanismos da publicidade possibilita a oposição à sua manipulação, o que, por sua vez, pode facilitar a consolidação da liberdade. *Culture jamming* consiste em acção tendo em vista a promoção de conhecimento que resulta em mudança social e qualidade de vida.

CULTURE JAMMING. DO WE NEED IT?

An overwhelming richness of post-modern culture, its various trends, fashions, ideas, concepts and life philosophies make newness and choice an inherent part of our life. But are our decisions conscious? Do they result from our understanding of the surrounding reality or, lost in a mass of information, do we drift on the surface of life following others? Culture jamming, a socio-cultural as well as political phenomenon of the last two decades is a way to become a more conscious creator of and participant in post-modern culture, especially in the culture of consumption. Understanding the mechanisms used by advertising allows for the possibility to oppose its manipulation, which, in turn, will hopefully allow us to enlarge our freedom. Culture jamming is action where knowledge leads to social change and creates new quality of life.

RESUMOS

CALEIDOSCÓPIO

**Edmundo Cordeiro, José Gomes Pinto,
Domingo Hernández Sánchez,
Amândio Coroado**

ACTO DE FILMAR: VARIAÇÕES

Porquê a requisição para que não se veja da mesma maneira um filme documentário e um filme de ficção? Trata-se de uma questão tanto mais importante quanto o ressurgimento do documentário não será alheio quer à virtualização da ficção, quer à mediatização – virtualização – dos acontecimentos do mundo. E quais são exactamente as condições de base do filme?

VARIATIONS ON THE ACT OF FILMING

Why shouldn't we watch a documentary and a film in the same way? This is an important question since the resurgence of the documentary is related to fiction's *virtualization* and the fact that world events became so *mediatic*. And what is basically a film?

Eva Kristina Urban

ENCENANDO O PROCESSO DE PAZ NO TEATRO CONTEMPORÂNEO DA IRLANDA DO NORTE: A OBRA AH6905 DE DAVE DUGGAN

Este ensaio pretende focar a obra de Dave Duggan e da sua companhia teatral *Sole Purpose Productions*, analisando em detalhe a produção da sua nova peça *AH6905*. As Produções *Sole Purpose* foram criadas em 1997 pelos directores co-artísticos Dave Duggan e Patricia Byrne com o objectivo de elucidar o público relativamente a questões sociais e públicos através do discurso do imaginário teatral. David Duggan e as Produções *Sole Purpose* trabalham, de modo consciente, com o intuito de “aplicar a imaginação teatral ao processo político de paz”, seguindo a tradição do “espaço utópico” criada pelos dramaturgos Stewart Parker e Anne Devlin. No entanto, enquanto estes últimos limitam as opções dramáticas empregues nas suas peças à superação do realismo e à tentativa de contornar métodos didácticos, as peças de Duggan rejeitam o realismo a favor de um teatro expressionista brechtiano mais didáctico.

A peça *AH6905* foca a questão da recuperação da verdade no Processo de Paz da Irlanda do Norte, recorrendo à estrutura dramática do monólogo. Uma metáfora teatral é utilizada por Dave Duggan para exprimir a sua esperança de que “o povo da Irlanda do Norte se coloque no centro do palco desta questão e no modo de recuperação da verdade nos próximos anos” (Dave Duggan, *Foreword to AH6905*, p. 5).

STAGING THE PEACE PROCESS IN CONTEMPORARY NORTHERN IRISH DRAMA: DAVE DUGGAN’S AH6905

In this paper I am going to closely focus on the work of Dave Duggan and his company *Sole Purpose Productions*, analysing in detail his new play and production *AH6905*. *Sole Purpose Productions* was formed in 1997 by co-artistic directors Dave Duggan and Patricia Byrne to illuminate social and public issues by bringing the discourse of theatrical imagination to bear on them. David Duggan and *Sole Purpose Productions* consciously work with the “application of the theatrical imagination to the politics of the peace process” in the tradition of the utopian space created in the drama of writers such as Stewart Parker and Anne Devlin. However, while the latter limit the dramaturgical options employed in their plays to merely transcending realism, and eschew didactic methods, Duggan’s plays reject realism for a more Brechtian didactic and expressionist theatre.

The play *AH6905* exposes the issue of truth recovery in the Northern Ireland Peace Process through the dramaturgical structure of a monologue. With a theatrical metaphor Dave Duggan expresses his hope that “the people of Northern Ireland themselves will take centre stage on the matter and the manner of truth recovery over the coming (Dave Duggan, *Foreword to AH6905*, p. 5).

Manuel José Damásio

PROCESSOS DE RECEPÇÃO DO CINEMA PORTUGUÊS ENTRE OS SEUS PÚBLICOS LOCAIS

Este artigo discute os resultados de um estudo de larga escala realizado em 2006 sobre as formas de percepção e estratégias de recepção das audiências portuguesas ao Cinema localmente produzido. A recepção das audiências nacionais da produção local é marcada por fenómenos de rejeição que relevam de um preconceito mais geral contra artefactos culturais localmente produzidos. O preconceito que enforma esta relação entre os públicos e os objectos culturais locais, não só apela ao desenvolvimento de novas políticas culturais e económicas, como também levanta um vasto número de questões sobre a indústria portuguesa e europeia de produção de conteúdos culturais e as políticas e estratégias que têm norteado o desenvolvimento desta área nas últimas décadas.

Finalmente, considerações mais vastas são apresentadas sobre as diferentes formas como os media estão a modelar as audiências contemporâneas e se deixam simultaneamente transformar por via dos processos de uso e consumo que estes públicos conduzem.

WATCHING FILMS: EUROPEAN AUDIENCES AND THE RECEPTION OF LOCAL FILMS

This paper discusses the results of a large survey conducted in 2006 on the perception Portuguese movies" audiences have of their own locally produced films. Audience's reception of locally produced films is marked by the rejection of the consumption of these objects as a result of a bias against locally produced cultural artefacts. The prejudice shaping this relationship, not only demands for new cultural and social politics, but also raises a number of questions on local and European media industry's ability to cope with its own audiences" expectations. The cultural bias identified in the study is medium specific and analysis is conducted to trace its emergence in other audiovisual medium forms. The social origin of this collective preposition to react to the media seems to be rooted in a general posture towards local cultural artefacts and "homemade" technological devices. The paper discusses the different forms this bias assumes in several groups and the way it models the diffusion of cultural products. Empirical data gathered during this study and post comparative analysis conducted follow a social approach but considerations are also made on the way different policies have tried to cope with the subject in most cases without understanding it fully. Finally, broader considerations are made on the different ways contemporary audiences are shaping media technologies, and their respective cultural artefacts, through their own use and reception of those technologies and artefacts.

Cláudia Álvares

OS ESTUDOS DE RECEPÇÃO COMO MODELO MULTIDIMENSIONAL: A NEGOCIAÇÃO DE ESTEREÓTIPOS DE ETNICIDADE E GÉNERO

Este artigo pretende analisar a multidimensionalidade do modelo de estudos de recepção, apresentando, para esse efeito, os resultados de dois projectos de investigação. Enquanto o primeiro projecto incide sobre a reacção de imigrantes brasileiras à representação das suas conterrâneas nos media portugueses, o segundo debruça-se sobre a reacção das portuguesas à representação do feminino enquanto sujeito e objecto de notícia na imprensa nacional. Com base num modelo multidimensional dos media que divide a cultura mediática em categorias de fidelidade representativa, espaço público agonístico e funcionalidade dos media, procura-se explorar o modo como os estereótipos étnicos e de género são assimilados no quotidiano mediante a adopção de leituras preferenciais, negociadas ou opositivas. Estas interpretações de significados veiculados pelos media indicam que as redefinições de identidades étnica e de género são condicionadas pelo imaginário bem como por imperativos de ordem económica.

RECEPTION STUDIES AS A MULTIDIMENSIONAL MODEL: NEGOTIATING STEREOTYPES OF ETHNICITY AND GENDER

This article attempts to analyse the multidimensionality of the reception studies model by exploring the results of two research projects, the first of which focusses on how the Brazilian woman immigrant engages with Portuguese media representation of the Brazilian woman, and the second of which examines how the Portuguese woman perceives Portuguese press representation of women as subject and object of news. On the basis of a multidimensional model of the media that divides media culture into the categories of representational fidelity, agonistic public space and media functionality, we will examine the way ethnic and gendered stereotypes are assimilated in daily life through the adoption of preferred, negotiated and oppositional readings. These interpretations of meanings which are circulated by the media point to redefinitions of ethnic and gendered identities as conditioned both by the imagination as well as by economic factors.

Ana Cristina Mendes

REVISITAR O PASSADO EM VALHA-ME DEUS: A AMBIVALENCIA NA REPRESENTAÇÃO DA ALTERIDADE ÉTNICA

A presença cada vez mais frequente de representações da alteridade étnica nos *media*, ainda que por ora limitada, tem propiciado a criação de narrativas de resistência pelas minorias. Uma das motivações deste artigo é indagar sobre as efectivas possibilidades de fundamentar com sucesso um campo de acção política que permita uma autoformação cultural e uma mudança colectiva, numa área de representação dominada por ecrãs mediáticos penetrantes e insidiosos. Procurámos respostas para esta questão em sketches seleccionados da série cómica televisiva *Valha-me Deus* (*Goodness Gracious Me*, BBC, 1998-2001), escrita e representada por artistas de ascendência indiana residentes no Reino Unido. Enquanto se assiste a uma tendência encorajadora de criação de um espaço mais alargado nos *media* para as minorias, a crescente visibilidade indo-britânica nestes depende da economia política das indústrias culturais. Como tal, o enfoque deste texto reside no entendimento daquele programa humorístico enquanto texto ambivalente, integrado na indústria britânica dos *media* através da lógica do hibridismo cultural e do cosmopolitismo.

HERITAGE REVISITED: THE CULTURAL POLITICS OF HERITAGE IN GOODNESS GRACIOUS ME

How does one ground political action towards social transformation and cultural self-representation in a public sphere increasingly dominated by pervasive and persuasive media screens? I look for answers to this opening question in BBC's comedy series *Goodness Gracious Me*, written and performed by British-born artists of South Asian descent. Breaking out from its initial target area and crossing over to a non-Asian audience, the show promptly achieved cult status in Britain and worldwide commercial success. Drawing primarily on the second series of *Goodness Gracious Me*, in particular its satire of the allure of the past for British film and television, my paper will chart the way narrative strategies characteristic of heritage works, such as the nostalgic tones and the thematic stress on setting, are strategically disrupted in the sitcom. Within this framework, it is my purpose to stress that parodic sketches of *The Jewel in the Crown* and *Pride and Prejudice* rely on the audience's familiarity with heritage visual and thematic features, and reassert the interstitiality of British Asian cultural production.

Maria José Pires

“QUAL É O INTERESSE EM CONTAR HISTÓRIAS QUE NEM SEQUER SÃO VERDADEIRAS?”

A escrita pós-moderna de Salman Rushdie faz confluír, de modo irónico, tradições aparentemente incompatíveis entre si. No seu romance *Haroun and the Sea of Stories* (1990), os recursos de Rushdie a várias culturas reúnem-se para dar origem a uma nova e imaginativa consciência multicultural. Claro que esta atitude é baseada na suposição de que as tradições não devem ser rejeitadas como irrelevantes, já que constituem aquilo que é a nossa herança cultural.

O próprio Rushdie associa a escrita ficcional à procura de uma noção de verdade, por muito irónica que esta seja, defendendo que a condição contemporânea se caracteriza pela rejeição de explicações totalizantes. Para além disso, Rushdie afirma que o romance, como forma criada para discutir a fragmentação da verdade, se insere nesta demanda. É como se ele, em *Haroun*, também quisesse recriar nos seus leitores a desinquietante, senão exultante, semelhança com o mundo exterior, em constante movimento de redefinição. Neste sentido, esta “chutnificação da história”, como Salman Rushdie lhe chama, não nega nem a noção do passado, nem a da identidade, confirmando, antes pelo contrário, que tanto a história como as identidades que cria constituem processos intermináveis.

“WHAT IS THE USE OF STORIES THAT AREN'T EVEN TRUE?”

As a post-modern author, Salman Rushdie's writing mirrors an ironical survey of various and seemingly incompatible traditions. In his novel *Haroun and the Sea of Stories* (1990), Rushdie's resources of diverse cultures are brought together to give rise to a new imaginative and “multicultural” consciousness. This attitude is of course based on the assumption that traditions should not be dismissed as irrelevant as they constitute what is called the cultural heritage.

Rushdie himself associates the writing of fiction with the search for some notion of truth, however ironic and qualified, as he claims that the rejection of totalized explanations is the modern condition. Furthermore, Rushdie states that the novel, as the form created to discuss the fragmentation of truth, comes in such quest. It is as though in *Haroun* Rushdie also meant to recreate for its readers the disquieting, if exhilarating, semblance of an outside world in constant flux and redefinition. Hence, this “chutnification of history” as Salman Rushdie calls it, denies neither the notion of the past, nor that of identity; on the contrary it affirms that both history and the identities it creates are a never-ending process.

Ana Gonçalves

**“UP THE BAY, DOWN THE DOCKS”:
DESENHOS E MEMÓRIAS DE UMA
COMUNIDADE DAS DOCAS**

“A memória não é um instrumento para explorar o passado, mas o seu teatro” (Walter Benjamin), cujos actores são pessoas comuns que recordam e recriam eventos passados através de diferentes formas de representação. Assim sendo, a memória é dinâmica e reconstrutiva e permite perpetuar a experiência, bem como criar e legitimar a identidade de cada um (Eber and Neal, 2001:37). O objectivo deste artigo é analisar os desenhos de Jack Sullivan sobre a comunidade das docas de Cardiff, conhecida como Butetown ou “Tiger Bay”, e a sua importância enquanto prática cultural na (re)construção de uma memória colectiva e imaginada. De que forma é que esta comunidade das docas é recordada e de que modo são as suas práticas quotidianas representadas através de desenhos? Quem é o que é que Sullivan representa? O que deixa na obscuridade? Como é que a memória individual se torna em memória colectiva?

A este artigo subjaz a ideia de que os desenhos de Jack Sullivan, que estiveram na origem dos seus reconhecidos quadros compilados em *Tramp Steamers, Seamen & Sailor Town*, se apresentam como uma “forma de lembrança” de eventos passados, tanto para aqueles que viveram nesta área de Cardiff, como para aqueles que lhe eram espacial e temporalmente alheios. Estes desenhos constroem as memórias individuais e colectiva, tornando esta comunidade das docas acessível a todos.

**“UP THE BAY, DOWN THE DOCKS”:
SKETCHING MEMORIES OF A DOCKLAND
COMMUNITY**

“Memory is not an instrument for exploring the past but its theatre” (Walter Benjamin), whose actors are ordinary people who remember and recreate past events through different forms of representation. As such, memory is dynamic and reconstructive and often accessed to perpetuate experience and to create and legitimize one’s identity (Eber and Neal, 2001:37). The aim of this paper is to analyse Jack Sullivan’s sketches of Cardiff’s dockland community, known as Butetown or “Tiger Bay”, and their importance as cultural practice in the (re) construction of a collective and imagined memory. How is this dockland community remembered and how are its everyday life practices represented through sketches? What and whom does Sullivan represent? What does he leave in the obscurity? How does individual memory eventually become collective memory? This paper argues that Jack Sullivan’s sketches, which were at the origin of his renowned paintings compiled in *Tramp Steamers, Seamen & Sailor Town*, act as a “form of remembrance” of past events, both for those who lived in this area of Cardiff and for time and space outsiders. These sketches shape individual and collective identity and are a way of democratising cultural practices of individual and collective remembering, making knowledge of this dockland community accessible to everyone.

Maria João Cordeiro

A CONSTRUÇÃO DA PRÉ-MODERNIDADE: UM DISCURSO TURÍSTICO SOBRE PORTUGAL

Ao contrário do que programaticamente é anunciado pela literatura de índole turística, esta deixou de ter, no mundo contemporâneo, a geografia real como principal referência e um simples objectivo de orientação prática em territórios alegadamente desconhecidos. A produção avassaladora de material impresso, visual e digital, concebido para futuros turistas, encontra-se, na realidade, intrinsecamente associada a um processo de construção simbólica de uma geografia da imaginação, no âmbito da qual o regresso nostálgico a um passado harmonioso e a busca de um mundo pré-moderno são dos mais prevaletentes mitos.

Com base numa análise da literatura turística contemporânea de expressão alemã sobre Portugal, o presente artigo apresenta algumas das suas principais conclusões, abordando a forma como o país se presta a essa construção simbólica e como, afinal, a contemporaneidade se representa e projecta nessa busca imaginária da pré-modernidade.

CONSTRUCTING PRE-MODERNITY: A TOURIST DISCOURSE ON PORTUGAL

In contrast to what is programmatically announced by the genre, contemporary tourist literature is not so much concerned with actual geographies, being no longer restricted to practical guidance into allegedly unknown territories. The huge amount of printed, visual and digital material designed for tourist purposes is, in fact, largely involved in a process of symbolic construction of an imaginary geography, based on popular tourist myths and utopias, such as the nostalgic return to a harmonious past and the search for a pre-modern world.

Based on an analysis of contemporary German tourist literature on Portugal, this article presents some of its main conclusions, approaching how the country suits this construction and, therefore, how contemporaneity represents and projects itself in that imaginary search for pre-modernity.

Enrique Banús, Iñigo Barbancho,
Consuela Dobrescu, Silvia Sousa

A PONTE QUEBRADA: SOBRE O PAPEL DA LINGUAGEM COMO FORMA DE CONHECIMENTO E COMUNICAÇÃO EM ROMANCES PÓS-MODERNOS

Que a linguagem consista num dos modos essenciais para conhecer o homem e o mundo é um dos fundamentos da consciência europeia. Ao mesmo nível encontramos a convicção de que a linguagem fornece uma ponte (talvez a ponte por excelência) para estabelecer comunicação. Nalguns períodos de história literária, deparamo-nos com um certo cepticismo em relação a este simples pressuposto: ao longo do romantismo, por exemplo, diversos autores exprimiram os limites da linguagem. Durante a “*grande crise européenne*”, o romance *A Carta de Lord Chandos* revelou, provavelmente, o cepticismo mais profundo quanto à capacidade da linguagem abrir caminho ao conhecimento do mundo e do sujeito. Um crise semelhante manifesta-se em *Austerlitz* de Wolfgang Sebald, um romance representativo da pós-modernidade. Num determinado momento, o protagonista “perde” a linguagem e, por conseguinte, a segurança de uma identidade pessoal consolidada. De forma menos afirmativa mas igualmente clara, surge ainda um momento similar em *Moon Palace* de Paul Auster, outro ícone pós-moderno. Uma análise destes dois romances pode ajudar-nos a compreender uma questão de extrema relevância: até que ponto é que a linguagem abre caminho ao auto-conhecimento e à comunicação?

THE BROKEN BRIDGE – ON THE ROLE OF LANGUAGE AS WAY OF KNOWLEDGE AND COMMUNICATION IN POST-MODERN NOVELS

That language is one of the essential human ways for attaining knowledge about oneself and about the world is one of the fundaments of European consciousness. On the same level lies the conviction that language is a bridge (maybe *the* bridge) for establishing communication. In some periods of literary history, a certain scepticism about this simple presupposition appears: throughout Romanticism, for example, several authors expressed the limits of language. During the “*grande crise européenne*”, Hugo von Hofmannsthal’s *The Lord Chandos Letter* probably marks the most profound scepticism regarding language’s ability to know the world – and also to experience the self. A similar crisis appears in Wolfgang Sebald’s *Austerlitz*, a highly representative novel of post-modernity. The protagonist, at a certain moment, “loses” language – and also the sureness of self-identity. Not so strongly but surely clearly there appears a similar moment in Paul Auster’s *Moon Palace*, another icon of post-modernity. An analysis of these two novels can give some insights on an extremely relevant question: how is the capacity of language for (self)knowledge and communication seen?

David Rudrum

DA CERTEZA E *DOUBLETHINK*: ORWELL E WITTGENSTEIN

É meu objectivo, neste artigo, voltar a considerar a noção de *Doublethink* de Orwell, com referência ao pensamento posterior de Ludwig Wittgenstein. No mundo perturbado de *Doublethink* que Orwell descreve em Mil Novecentos e Oitenta e Quatro, muitas vezes parece que certeza sobre qualquer coisa se tornou impossível, estando tudo aberto à dúvida. Na verdade, defendo que a certeza é mais fundamental ao *Doublethink* do que a dúvida, e que *Doublethink* em Mil Novecentos e Oitenta e Quatro surge frequentemente porque as certezas das personagens chocam com coisas das quais seria muito mais lógico duvidar. Embora alguns aspectos do pensamento de Wittgenstein sobre crença pareceriam deixar muito pouco espaço para o fenómeno de *Doublethink*, noutros aspectos uma compreensão Wittgensteiniana de crença, conhecimento e certeza constitui uma boa posição para o analisar. Tanto Wittgenstein como Orwell exploram a relação entre verdade e conhecimento, certeza e crença como ligada à relação entre verdade e linguagem, comportamento e prática social.

ON CERTAINTY AND *DOUBLETHINK*: ORWELL AND WITTGENSTEIN

It will be my aim in this paper to revisit Orwell's notion of *Doublethink* with reference to the later thought of Ludwig Wittgenstein. In the unhinged world of *Doublethink* that Orwell describes in *Nineteen Eighty-Four*, it often seems as if certainty about anything has become impossible, and that everything is open to doubt. In actual fact, I maintain that certainty is more fundamental to *Doublethink* than doubt, and that *Doublethink* in *Nineteen Eighty-Four* frequently arises because the characters' certainties are at odds with things it would be far more logical to doubt. Although some aspects of Wittgenstein's thought about belief seem to make little room for the phenomenon of *Doublethink*, in certain respects a Wittgensteinian understanding of belief, knowledge and certainty provides a good position from which to analyse it. I would argue that both Wittgenstein and Orwell explore the relationship between truth and knowledge, certainty and belief as bound up with the relationship between truth and language, behaviour and social practice.

Anna Vaninskaya

APÓS UM SÉCULO DE ORWELL: POLÍTICA, PÓS-MODERNISMO E REPUTAÇÃO

Orwell é o padrão sob o qual ou contra o qual os críticos se lançam na guerra. É um lugar-comum que Orwell tem sido reclamado como a luz orientadora de quase todas as doutrinas políticas existentes, desde o velho Labour até ao neo-liberalismo, mas em lado nenhum é o seu lado icónico mais evidente do que na utilização que dele é feita como figura de proa na batalha contra o pós-modernismo académico. Nada nos escritos de Orwell, clar, nem sequer os seus mais cáusticos ataques ao “relativismo” induzido pelo Partido de intelectuais de Esquerda, sugere que tenha inventado ou mesmo previsto o pós-modernismo e a oposição a este. Mas um público institucional particular insiste em reclamá-lo como profeta do primeiro e, similarmente, como líder espiritual da segunda. São eles, não ele, que fazem a ligação entre reescritas ideológicas da história e da ciência nazis e soviéticas (ou de inspiração soviética) e as práticas dos académicos ocidentais de hoje, e extrapolam consequências totalitárias deste facto. Que ambas as actividades são exemplos flagrantes da falácia do tipo “se Orwell aqui estivesse hoje pensaria como eu”, foge à sua atenção. Que os escritos de Orwell, com selecção e interpretação adequadas, possam servir como arma de eleição na cruzada anti-pós-moderna confirma o seu valor instrumental mais do que fundacional. Também constituem a matéria-prima para este tipo de crítico mais preocupado com a política britânica moderna, que trata de pendurar a sua, discutivelmente mais fiel, versão de Orwell na parede.

AFTER A CENTURY OF ORWELL: POLITICS, POSTMODERNISM AND REPUTATION

Orwell is the standard, under or against which critics go to war. It is a common place that Orwell has been claimed as the guiding light of almost every political doctrine in existence, from old Labour to neo-liberalism, but nowhere is his iconic status more evident than in the use made of him as the figurehead in the battle against academic postmodernism. Nothing in Orwell’s writings, of course, not even his most virulent attacks on the Party-induced “relativism” of Left intellectuals, suggests that he invented or even foresaw postmodernism and the opposition to it. But a particular institutional audience insists on claiming him as the prophet of the former and, correspondingly, as the spiritual leader of the latter. It is they, not he, who make the connection between Nazi and Soviet (or Soviet-inspired) ideological rewritings of history and science and the practices of *today’s* Western academics, and extrapolate totalitarian consequences from this fact. That both activities are blatant instances of the “If Orwell were alive today he would think like me” fallacy, escapes their notice. That Orwell’s writings, given proper selection and interpretation, can serve as the weapon of choice for the anti-postmodernist crusade confirms their instrumental rather than foundational value. They also provide the raw material for the type of critic more concerned with modern British politics, who proceeds to hang up his own, arguably more faithful, version of Orwell on the wall.

ÍNDICE

Apresentação	5
Cláudia Álvares	

Artigos

António Machuco Rosa	
Elementos para uma teoria dos novos media	11

Luís Filipe B. Teixeira	
Criticismo ludológico: simulação ergódica (jogabilidade) vs ficção narrativa	29

Edmundo Cordeiro	
Deleuze: comunicação, controlo, palavra de ordem.....	37

Jorge Leandro Rosa	
Cultura visual e exibição artística: o observador emergente.....	51

Anna Lubecka	
<i>Culture Jamming</i> . Precisamos dele?	61

Edmundo Cordeiro, José Gomes Pinto, Domingo Hernández Sánchez, Amândio Coroadó	
Acto de filmar: variações	79

Eva Kristina Urban	
Encenando o processo de paz no drama contemporâneo da Irlanda do Norte: a obra <i>AH6905</i> de Dave Duggan.....	85

Manuel José Damásio	
Processos de recepção do cinema português entre os seus públicos locais.....	93

Cláudia Álvares	
Os estudos de recepção como modelo multidimensional: a negociação de estereótipos de etnicidade e género	105

Ana Cristina Mendes	
Revisitar o passado em <i>Valha-me Deus</i> : a ambivalência na representação da alteridade étnica	123

Maria José Pires	
Qual o interesse em contar histórias que nem sequer são verdadeiras?.....	131

CALEIDOSCÓPIO

Ana Cláudia Gonçalves	
"Up the bay, down the docks": desenhos e memórias de uma comunidade das docas	137

Maria João Cordeiro	
A construção da pré-modernidade: um discurso turístico sobre Portugal.....	149

Enrique Banús, Iñigo Barbancho, Consuela Dobrescu, Sílvia Sousa	
A ponte quebrada: sobre o papel da linguagem como forma de conhecimento e comunicação em romances pós-modernos.....	157

David Rudrum	
<i>Da Certeza e Doublethink</i> : Orwell e Wittgenstein	167

Anna Vaninskaya	
Após um século de Orwell: política e reputação	177

Recensões	187
------------------------	-----

Resumos	195
----------------------	-----

Departamento de Ciências da Comunicação, Artes e Tecnologias da Informação



UNIVERSIDADE LUSÓFONA
de Humanidades e Tecnologias
Humani nihil alienum

2007/08

