

COMUM

Publicação das Faculdades Integradas Hélio Alonso
Julho / Dezembro de 2015
v. 17 – n° 38
ISSN 0101-305X

Mas como? Se, ao nomear um ser qualquer, por exemplo, o que hoje chamamos de homem, eu lhe dou o nome de cavalo e ao cavalo hoje chamamos de cavalo lhe dou o nome de homem, terá esse o nome de homem para toda gente e o de cavalo só pra mim?

A revolução social do século XIX não pode tirar sua parte do passado, e sim do futuro. Não pode iniciar sua tarefa quanto não se despojar de toda veneração supersticiosa do passado. As revoluções anteriores tiveram de lançar mão de

A etnografia, ciência em que o relato honesto de todas as coisas talvez ainda mais necessário que em outras ciências, infelizmente nem sempre contou no passado com um grau suficiente desse tipo de generosidade. Muitos dos seus autores não utilizam

Deste logos sendo sempre os homens se tornam descompassados quando se de ouvir quer tão logo terminem pois, tornando-se todas as coisas

À primeira vista, a forma especial de modo ocidental teria sido fortemente influenciado pelo desenvolvimento das possibilidades técnicas. Sua produtividade é hoje essencialmente dependente da calculadora

38

Abrimos esse número 38 da **Comum** com um conjunto de três artigos que tratam especificamente de comunicação, jornalismo, relações públicas e publicidade. O estudo de Pery Cotta analisa as formas e os meios de comunicação, com o objetivo de demonstrar a importância da essência e dos seus fundamentos, no exato momento em que se debate o futuro do jornalismo impresso e das transformações que se espera que aconteçam em outros veículos da mídia. O artigo assinado por Roberto Bitencourt da Silva tem como objeto de análise o jornal Última Hora, particularmente no período que vai de 1952 a 1964, em que estava na pauta desse periódico um assunto em especial: a limitação das remessas de lucros do capital estrangeiro. Completamos esse conjunto de textos com o artigo de Jorge Tadeu B. Leal, que indica a necessidade de se repensar o posicionamento das atividades de relações públicas e da comunicação de *marketing* em geral, depois do deslocamento produzido pela comunicação em rede da publicidade.

Na sequência, publicamos quatro textos que tratam de cultura em diferentes aspectos. O ensaio de Ivo Lucchesi, numa escrita em fragmentos, aborda aspectos conflitivos com os quais a cultura contemporânea vem se defrontando. Ainda no âmbito das comemorações dos 450 anos da cidade do Rio de Janeiro, publicamos texto de Elis Crokidakis Castro, que aborda a construção da memória da cidade através das transformações sofridas em vários momentos de sua existência, especialmente, o “Bota Baixo” no início do século XX e as mais novas reformas em processo, para a Copa do Mundo 2014 e a Olimpíada em 2016. Em seguida, apresentamos dois estudos que tratam da preservação e da construção da cultura negra no Brasil, no campo e na cidade. O texto assinado por Maria Geralda de Miranda e Sady Bianchin tem como objeto de discussão o Quilombo do Campinho da Independência, situado no Município de Paraty, no estado do Rio de Janeiro, e sua importância para a preservação da cultura oral afro-brasileira. Já o artigo de Gabriel Gutierrez faz uma abordagem cultural dos Racionais MC’s, articulando-a à noção de cultura popular negra, para, assim, compreender as múltiplas dimensões desta música política urbana capaz de produzir um *ethos*.

Fechamos o número com o ensaio de Luciano Zarur, que procura contribuir para o reconhecimento da importância da filosofia na vida de todo ser humano no sentido da prática, isto é, dada a qualquer forma de intuição ou de conhecimento vivenciado, mesmo que isso não seja percebido.

Pery Cotta - Doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ), professor de disciplinas técnicas de Jornalismo e de Ética nas Faculdades Integradas Hélio Alonso (FACHA).

Roberto Bitencourt da Silva – Doutor em História (UFF), mestre em Ciência Política (UFRJ) e professor da Faculdade de Educação Tecnológica do Estado do Rio de Janeiro (FAETERJ-RIO/FAETEC/SECT-RJ).

Jorge Tadeu Borges Leal – Mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Especialista em Docência no Ensino Superior pela Universidade Cândido Mendes. Professor das Faculdades Integradas Hélio Alonso (FACHA).

Ivo Lucchesi – Doutor em Teoria Literária pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ); mestre em Literatura Comparada pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Ensaísta, articulista e professor-titular das Faculdades Integradas Hélio Alonso (FACHA).

Elis Crokidakis Castro – Pós-doutora em Literatura Brasileira (UFRJ), doutora e mestre em Letras (UFRJ), bacharel em Letras e Direito (UFRJ). É professora de Literatura, Cinema e Direito na Associação Brasileira de Ensino Universitário (UNIABEU) e na Universidade Estácio de Sá (UNESA).

Maria Geralda de Miranda - Graduada em Letras Vernáculas pela FEUC e em Comunicação Social (Jornalismo) pela FACHA. Tem especialização em Literaturas Vernáculas pela UERJ, mestrado em Literatura Comparada pela UFF e doutorado em Letras também pela UFF. Pós-doutorado em Literaturas Africanas de Língua Portuguesa pela UFRJ e em Políticas Públicas pela UERJ. É pesquisadora e professora titular da UNISUAM.

Sady Bianchin – Ator, poeta, diretor teatral, sociólogo, jornalista e professor da FACHA. Doutor em Teatro e Sociedade- Universidade de Roma- Itália. Mestre em Ciência da Arte-UFF. Pós- graduado em Comunicação e Cultura-UFRJ. Coordenador do Núcleo Artístico e Cultural-NAC/FACHA.

Gabriel Gutierrez - Jornalista, cientista político, professor e pesquisador. É graduado em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Mestre em Ciência Política pelo IESP. Professor e pesquisador das Faculdades Integradas Helio Alonso (FACHA).

Luciano Zarur – Mestre em Filosofia pela Universidade Gama Filho (UGF), especialista em Filosofia Moderna e Contemporânea pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), jornalista, professor das Faculdades Integradas Hélio Alonso (FACHA) e diretor do Sinpro-Rio.

- 05 *A comunicação, na sua essência e fundamentos*
Pery Cotta
- 35 *Última Hora (1952-1964):
a construção da agenda e o tema da limitação das remessas de lucros
dos investimentos externos*
Roberto Bitencourt da Silva
- 59 *Publicidade, relações públicas, valor & comunicação de marketing:
“o futuro da comunicação é um modo de pensar o futuro do desejo”*
Jorge Tadeu B. Leal
- 87 *Pensando em fragmentos: as perversões da hipermodernidade I*
Ivo Lucchesi
- 117 *A memória e a cidade:
visões do Rio de Janeiro*
Elis Crokidakis Castro
- 125 *Quilombo do Campinho da Independência:
patrimônio cultural do Brasil*
Maria Geralda de Miranda e Sady Bianchin
- 137 *Entre a música e a política:
uma abordagem cultural do rap dos Racionais MC's*
Gabriel Gutierrez
- 149 *A filosofia na vida cotidiana e a sua importância na atualidade*
Luciano Zarur
- 188 *Nota aos colaboradores*

Conselho Editorial:

Ariane Holzbach, Aristides Alonso, Denise Azeredo, Eliana Monteiro, Fernando Sá, José Eudes de Alencar, Paulo Alonso, Ricardo Benevides.

Conselho Consultivo

Aluizio Ramos Trinta – Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
Antonio Edmilson Martins Rodrigues – Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)
Arthur Poerner – Jornalista e escritor.
Consuelo Lins – Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Eduardo Neiva – Universidade do Alabama em Birmingham (EUA)
Mário Feijó Monteiro – Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Márcio Gonçalves – Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)
Michel Misse – Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Nilson Lage – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
Potiguara Mendes da Silveira Jr. – Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

Coordenação Editorial: Fernando Sá

Projeto Gráfico: Amaury Fernandes

Secretário Executivo: Gilvan Nascimento

Editoração Eletrônica: André Cunha

Organização Hélio Alonso de Educação e Cultura

Instituição de caráter educativo criada em 08/08/1969, como pessoa jurídica de direito privado, tem por finalidade atuar no âmbito da Educação nos níveis do 1º e 2º graus e Superior, com cursos na área de Comunicação Social, Turismo, Direito e Processamento de Dados, bem como contribuir através de projetos de desenvolvimento comunitário para o bem estar social.

Sede: Rua das Palmeiras, 60 – Rio de Janeiro – Botafogo – RJ

FACHA

Unidade Botafogo

Rua Muniz Barreto, 51 – Botafogo – RJ – Tel.: (021) 2102-3100

Unidade Méier

Rua Lucídio Lago, 345 Méier – RJ – Tel.: (021) 2102-3350

E-mail: facha@helioalonso.com.br

Diretor-Geral: Paulo Alonso

Vice-diretora Geral: Márcia Alonso Pfisterer

Gerente Acadêmica: Denise Azeredo

COMUM – v.17 – n° 38 – (julho/dezembro 2015) ISSN 0101-305X

Rio de Janeiro: Faculdades Integradas Hélio Alonso

2015

Semestral

188 Páginas

I. Comunicação – Periódicos. II. Educação

CDD 001.501

A comunicação, na sua essência e fundamentos

Pery Cotta

Este estudo pretende analisar meios e formas de comunicação, com o objetivo de demonstrar a importância da essência e dos fundamentos, no momento em que se debate o futuro do jornalismo impresso e de outros veículos da mídia que estariam “em vias de extinção”, diante do desempenho das redes sociais e a abertura de caminhos diversos, na *web*. Incute-se, principalmente entre jovens, estimulados pela visão simplista de até alguns educadores, que “não existe o que não está ou não passa pela internet”, pelo uso de aplicativos e de avançados equipamentos.

Será?

Entra-se neste debate para alargar conceitos e definições de princípios cujas origens surgiram claramente na *Arte retórica*, de Aristóteles.

O estudo é, assim, continuidade de “Aristóteles, o pai genético do jornalismo”, publicado das páginas 44 a 72, da Revista Comum, da FACHA, volume 7, número 19 (ago/dez de 2002). Na época, apresentou-se comparação entre a narrativa jornalística, definida nos Manuais de Redação de grandes jornais, e duas obras de Aristóteles, *Arte retórica* e *Tópicos*.

De lá para cá, o autor deste segundo trabalho acadêmico aprofundou teorias, tanto em relação ao discurso e à lógica do filósofo grego, como às demais formas e meios de comunicação.

E, assim, constatou o que agora parece óbvio: são outra vez de Aristóteles não apenas os alicerces da oratória e da narrativa jornalística, mas

de outras formas da comunicação e expressão do pensamento humano.

Ou seja, os mesmos fundamentos básicos estão presentes no texto acadêmico e em diversas e múltiplas manifestações da linguagem escrita e falada.

Ressalte-se, ainda, que igualmente permeiam e aparecem em todas as culturas e línguas, nos séculos posteriores ao filósofo grego e, provavelmente, terão destaque e importância na linguagem de futuros povos e suas gerações, como produto humano natural do infinito e eterno pensar.

O que muda?

Mudam as técnicas, tecnologias e equipamentos utilizados em cada momento. Os fundamentos, na verdade, serviram e servem para estruturar e realçar a essência das maneiras de expressão do ser humano.

Isto é, palavras, textos e imaginário ou imagens, funcionam para dar rumo certo e direção ao narrar, descrever e/ou argumentar sobre fatos e acontecimentos cotidianos da vida e da cultura.

Com isto, e dependendo da época, o texto e a imagem explicam e ligam-se a diferenciados contextos.

Esta análise desdobra-se em quatro tópicos ou capítulos, pela ordem de apresentação, ao longo deste novo estudo:

1. o jogo das palavras e das imagens;
2. a essência e os fundamentos, segundo Aristóteles;
3. os tipos e finalidades da linguagem; e, em pormenores,
4. a essência e os fundamentos de todas as principais formas e meios de comunicação.

Na conclusão, por simples e livre pensar, o autor aponta conceitos que poderiam ser incluídos em uma espécie de “Dez mandamentos da comunicação”.

1. O jogo das palavras e das imagens

Na cobertura da mídia às atividades esportivas, nos últimos anos, tem havido foco no interessante desdobrar de disputas regionais, mundiais e provas olímpicas diversas, não somente no Brasil (e especialmente no Rio), mas em outros estados, países e continentes.

Grandes eventos são mostrados pela televisão e divulgados por todos os meios de comunicação, os quais passaram a visualizar e a valorizar simultaneamente a importância econômica e social do setor, em função dos promissores horizontes abertos ao turismo, ao *marketing* e aos negócios em geral.

Na cidade do Rio de Janeiro, desde o Pan-Americano de 2007, depois a Copa Mundial de Futebol de 2014 e agora os Jogos Olímpicos de 2016, as competições e disputas esportivas sacodem emoções e estimulam o manter *mens sana in corpore sano*.

Jogos Olímpicos e práticas esportivas, individuais ou coletivas, não por acaso, também, representam tradição nascida na Antiguidade Clássica. Foi uma corrida de longa distância (maratona) entre duas cidades da Grécia, urgente necessidade de uma guerra local, que apontou a supremacia do preparo físico para a vitória final.

Guerras, por sua vez, ao longo da história, trouxeram efeitos positivos para descobertas científicas, principalmente a prazos maiores, e não apenas as negativas e imediatas perdas materiais e de vidas humanas. Basta citar dois exemplos: 1. as bombas da Segunda Guerra Mundial e os mísseis levaram ao surgimento dos satélites de telecomunicações com variadas aplicações; e, 2. a cada vez mais presente internet, um grande benefício – certamente não esperado – da “guerra fria” entre duas potências econômicas e militares.

A revolucionária internet, que sepulta de vez a antiga noção de tempo e espaço, atua hoje com inumeráveis faces e interfaces, indo muito além da inicial área da informação e da comunicação. Por isto, endeusam-se os fenômenos (no sentido grego, de aquilo que se manifesta) e as maravilhas atuais da utilização de pequenos e velozes aparelhos de longo alcance. Que, no entanto, tão rápido aparecem e espantam como logo ficam obsoletos, ultrapassados. São mitos modernos?

Poucos perceberam que, nos dois ou três últimos séculos, década em seguida à outra década, já vinha sendo inacreditável a velocidade técnica e tecnológica desta civilização que, por muitos séculos e vários milênios, viveu apenas da agricultura, comercialização de produtos rurais e ou do artesanato. Visava-se quase somente a sobrevivência e/ou a preparação para a guerra e embates locais e, de repente, pela Revolução Industrial, virou outro mundo.

Do ponto de vista da longa história, são muito recentes invenções como o trem, o avião, o automóvel e outros meios de transporte, o simples e tão útil elevador dos prédios, a laboriosa máquina de lavar roupas, a eficiente lâmina de barbear e mesmo os xampus e outros modernos produtos para a higiene pessoal e em benefício da saúde.

A internet e o computador não param, hoje, de turbinar novas tecnologias para a mídia; primeiro, a imprensa em jornais e revistas e, agora, imenso universo virtual de informação via *sites* jornalísticos e/ou espaços de relacionamento

social. O digital migrou, quase ao mesmo tempo, para a tela cada vez mais larga e bem definida dos receptores de imagens da televisão (em casa ou nos estádios esportivos) e para o áudio de músicas e textos das emissoras de rádio inclusive acessíveis pela web.

É o poder da comunicação na ponta dos dedos.

Poder que liberta e ao mesmo tempo escraviza. Por tudo isto, ficaria difícil, para qualquer um, explicar a tetravós nossos porque algumas pessoas não acham haver vida sem o intenso manusear desses pequenos e velozes aparelhos móveis de comunicação, numa incessante e frenética troca de textos e imagens.

Com esta secular essência, a transformação vai sendo ampla, geral e irrestrita.

Como na anterior revolução, a industrial, a de 1750, produz-se outro novo e fantástico mundo, para o qual, porém, não se conseguiria dar partida sem observar e entender aquela essência filosófica das coisas e repetir princípios fundadores, oriundos da mesma fonte cultural grega que alimenta os Jogos Olímpicos de hoje.

Hoje, e por certo para o futuro, como aqui se demonstra através de um curioso passeio pelo uso de palavras e imagens, essência e pilares são os mesmos de sempre, em todas as antigas e novas formas de comunicação: na mídia, no livro, no teatro, no cinema, no rádio, na televisão e na internet.

Inclusive nos fascinantes jogos eletrônicos que, na maioria de seus enredos, outra vez criam mitos, heróis e cenários épicos para disputas, embates, combates e “guerras”.

2. A essência e os fundamentos, segundo Aristóteles

Não que Aristóteles (384-322 a.C.) seja o patriarca de todas as formas e meios de comunicação, mas certamente porque foi quem primeiro percebeu, pelo uso da lógica e pelo profundo conhecimento e sabedoria sobre o ser humano, que existe uma estrutura responsável pelos mecanismos do pensamento e para a duplicação em falas e imagens. A astuta percepção é do homem filósofo.

No entanto, foi o próprio ser humano, na verdade, e isto desde os primórdios, quem precisou criar arte e usar o às vezes rudimentar raciocínio para traduzir tudo o que pensava em linguagens práticas para a comunicação com os seus semelhantes.

Por que, então, a prioridade apontando para Aristóteles? E como efetivamente se mostram semelhantes e básicos esses fundamentos da comunicação?

Necessário agora repetir algumas observações do estudo anterior para entender o natural desdobramento visto e adotado porque, como dizia Aristóteles em sua *Metafísica* (livro I, 3, 25), “só dizemos conhecer uma coisa quando conhecemos a sua primeira causa”.

E, assim, há quase 25 séculos, na cultura ocidental, sabe-se que todas as coisas têm um princípio e, conhecendo a sua origem, é possível melhor conhecê-las.

Este princípio é chamado de *fundamento*, no direto significar da palavra: o que inicia, funda, dá base, fundamenta. Sabe-se ainda, pelo pensamento filosófico, que “as coisas são ou não são”. E, em seu modo de ser/existir, algumas coisas “o são apenas em ato, outras em potência e outras tantas em potência como em ato”.

Ao desvelar, pela arte do discurso, “o que é próprio para persuadir” e ditar normas do informar (dar a conhecer), para argumentar, Aristóteles para sempre beneficiou oradores, advogados, jornalistas e publicitários. Arte que passeia pelo direito, pela política e pela comunicação e hoje chega a todo o ouvinte, leitor ou telespectador. São técnicas nas quais os gregos, e posteriormente os romanos, foram especialmente notáveis.

Acrescente-se, por oportuno: é engenho e arte que estão agora universalizados e na palma das mãos e nos dedos agitados de qualquer portador dos pequenos e notáveis aparelhos móveis de telefonia e acesso à internet, que permitem enviar os essenciais textos e imagens em velocidade e quantidades cada vez mais expressivas e significantes.

Mas, qual a estrutura básica (e sistemática) dos fundamentos da comunicação? Quais são os pilares definidos por Aristóteles, para o uso inicialmente do orador da sua época e depois nos textos acadêmicos, transpostos para toda a mídia e hoje espalhados e disseminados nas mais diversas formas e meios de expressão da linguagem escrita e falada, essência do necessário conteúdo de palavras e imagens?

A resposta deixará evidente porque o filósofo, nascido alguns séculos antes da Era Cristã, ainda permanece soberano, com sua lógica e sua argumentação, iluminando e expandindo os caminhos da comunicação real e da agora realidade virtual, surgida nos computadores e transportada sem fim pelas teias e redes da internet.

Essa estrutura fundamental permite indicar qual a maneira adequada de criar imagens e transmitir pensamentos claros. É, de novo, através do raciocínio encadeado pela lógica que possibilita conclusões exatas e corretas a respeito dos fatos observados e destacados para descrição, narração e argumentação.

Pioneiro, Aristóteles percebeu que “no que se refere ao raciocínio não tínhamos nenhum trabalho anterior” e era necessário criar e sistematizar o seu uso. Foi, ao consolidar saberes sobre a ética (modo de ser e agir no respeito ao próximo e em benefício do interesse coletivo), quem ao mesmo tempo trouxe a lógica para ajudar a refutar e combater argumentos e raciocínios falsos. Lógica e ética, portanto, juntas têm igual objetivo. É a virtude intelectual somada à “virtude da alma”. Sistemática e fundamental estrutura para todas as formas e meios de comunicação, inclusive os agora decorrentes dos chamados avanços tecnológicos.

Na narrativa jornalística, impressa ou naquela virtual das chamadas mídias sociais, há sempre o lide/abertura que guia e dá sentido à continuidade da narração, despertando logo de início o interesse pelo tema e levando o receptor (leitor, ouvinte, telespectador, internauta ou simples usuário de *smartphones*) a produzir informações e histórias.

Essa abertura era chamada de *exórdio* por Aristóteles “para que o ouvinte seja informado da questão tratada e para que seu pensamento não fique em suspense, visto que *o que é indeterminado faz vaguear o espírito*”. Pondo, por assim dizer, nas mãos do ouvinte o início da obra, explica Aristóteles, permite-se a ele seguir sem interrupção o desenvolvimento.

Ou, nas próprias palavras do mais original mestre de oratória, deve-se começar “por exprimir logo de entrada o que se pretende dizer e se apresente o plano”. Seguem-se ao *exórdio* outras aberturas na exposição e apresentação das provas e testemunhos, para assim “fazer a demonstração”, permitindo que se chegue ao epílogo ou conclusão.

Na *Arte retórica*, capítulo XIII, está bem definida a estrutura da rota natural do roteiro, o caminho a ser seguido no discurso.

É impossível não fazer a demonstração sem previamente ter anunciado o assunto: com efeito, quando se demonstra, demonstra-se alguma coisa e só se anuncia alguma coisa a fim de demonstrá-la (...) Assim, pois, de obrigatório só há a proposição e a prova. Eis o que pertence propriamente ao discurso. No máximo, podemos admitir: o exórdio, a exposição, a prova, o epílogo.

São coisas essenciais e fundamentos para novos conhecimentos e conclusões.

Na essência da estrutura narrativa estão textos e imagens indispensáveis à transmissão dos pensamentos.

Os fundamentos dão toda a sustentação para a exata e correta narração, descrição e argumentação dos fatos.

São, portanto, inúmeras e preciosas as lições passadas por Aristóteles, não apenas para o orador nas cidades gregas, mas para todo e qualquer comunicador de qualquer época ou tempo. Use-se tal ou qual técnica ou instrumento, não apenas o único e natural canal de voz de um indivíduo orador.

Interessante registrar aqui que a essência e os fundamentos, amparados pela lógica, aparecem e despontam na *Arte retórica*, *Tópicos*, *Metafísica* e outras obras do filósofo, em uma época em que o discurso oral, a oratória, era a principal forma de comunicação, embora já existissem no teatro e na poesia, mas ainda estavam a muitos séculos do acesso a ser disseminado pelos meios de comunicação.

Não existiam, não se precisa lembrar, o jornal, a revista, o rádio, o cinema, a televisão e muito menos a internet. No entanto, aquelas lições sobre o conteúdo e o modo de comunicar permanecem válidas até hoje, como provavelmente permanecerão válidas em sua essência, princípios e fundamentos como básicos para a construção e o desdobramento futuro de qualquer meio e forma de expressar o pensamento humano.

Por exemplo, no Capítulo XVI da *Arte retórica*, após repudiar o uso excessivo de palavras (prolixidade) “no exórdio, na narrativa ou na exposição das provas”, Aristóteles sabiamente adverte que o que fica bem “não é a rapidez, nem a concisão, mas a justa medida”, porque a justa medida “consiste em dizer tudo quanto ilustra o assunto, ou prove que o fato se deu” e que esse fato “teve a importância que lhe atribuímos”.

Acrescenta ele haver duas partes distintas no discurso do orador e ressalta que o expositor dos fatos não faz parte dos acontecimentos, e sim usa a sua arte para mostrar características essenciais. Quanto às partes do discurso, ressalta, há “uma que não depende da arte, já que o orador em nada é a causa dos atos que expõe, e outra que depende da arte. Esta última consiste em mostrar que o fato existe ou que é incrível, ou que tal ou tal, ou que tem tal importância”, ou mesmo em expor todos os caracteres a um só tempo.

No que se refere à arte oratória apontada por Aristóteles – ou seja, a capacidade técnica e criativa de elaboração e ordenação de uma narrativa –, os bons profissionais da mídia, assim como os escritores e outros responsáveis pelo desenvolvimento de textos, *scripts* ou roteiros de documentários, filmes, peças teatrais e páginas ou *sites* na internet sabem que, ao longo da criação e execução de um roteiro (estrutura da narrativa), há a necessidade de articular

seqüência lógica de parágrafos e que os parágrafos sejam ordenados de forma encadeada, desdobrados passo a passo, para dar ritmo à narração, à descrição e à argumentação do assunto escolhido.

Após o exórdio, as aberturas, umas após as outras, desenvolvem a história com princípio, meio e fim. A finalidade é, ao despertar e estimular o raciocínio lógico, prender a atenção de quem lê, ouve, vê ou navega *on-line*.

Afirmou, a propósito, Goffredo Telles Júnior (professor de direito da USP e autor de textos sobre o filósofo grego), que a lógica foi “o caso único de uma ciência criada, integralmente, de sua primeira à última proposição por uma só pessoa”. Para ele, a maior glória de Aristóteles foi exatamente “a de haver descoberto todas as leis ideais da argumentação”, ao criar e construir “a ciência diretiva da operação de raciocinar que, posteriormente, passou a se chamar lógica”.

Nos *Tópicos*, o próprio Aristóteles define o raciocínio como “argumento em que, estabelecidas certas coisas, outras coisas diferentes se deduzem necessariamente das primeiras”. Apoiado na argumentação dialética (a partir “de opiniões geralmente aceitas”), escreveu a *Arte retórica*, dividindo o discurso em partes naturais e tendo como objetivo principal a “arte das provas”. Esta “arte das provas” é por ele definida como a habilidade do orador de discernir em cada questão o que seja apto a persuadir.

Persuadir a quem?

Ao receptor do discurso, isto é, persuadir a quem ouve a narrativa. Para provar o quê, segundo Aristóteles? O verossímil (o que parece verdadeiro), não a verdade provada e comprovada sobre as coisas. Isto, ensina Aristóteles, “é tarefa da ciência”, como havia alertado no Capítulo I da *Arte retórica*. Ou seja, o discurso do orador objetiva persuadir sobre verossimilhanças e opiniões, enquanto é tarefa e caberia à ciência partir na busca constante daquela verdade, provada e comprovada, sobre os fatos e acontecimentos. Com todo o cuidado, no entanto: o orador não poderia nem deveria repetir frágeis argumentos e raciocínios falsos, como nos discursos dos filósofos sofistas. Ao contrário, Aristóteles critica os que até então mostraram nas artes retóricas “apenas uma pequena parte da matéria”, sentenciando: “só as provas dizem respeito à Arte (arte retórica), sendo tudo mais acessório”.

Pode-se comparar a ênfase nas provas, em especial as testemunhais, sustentadas pela retórica aristotélica, com a necessidade e importância das boas fontes de informação para os jornalistas. Ou seja, comparar versões, testemunhos e depoimentos, na argumentação apresentada junto com a narrativa e descrição

dos fatos. Das provas vai depender a tão desejada exatidão da notícia, que gera credibilidade e confiança do receptor/ouvinte no orador/narrador/comunicador.

O jornalista, por certo, continuará tendo como objetivo supremo a verdade, mas somente conseguirá trabalhar e alcançar, na imensa maioria das vezes, o que é verossímil. Isto é, o que parece verdade para ele – pelo que apurou, viu e ouviu. Esta é a “verdade”, dele e de seus entrevistados.

Segundo já admitia Aristóteles, em sua *Metafísica* (Livro II), cada um diz até algo de verdadeiro sobre a natureza das coisas, mas a pesquisa da verdade inteira “é difícil”. Por isto, no Capítulo XVII, Livro Terceiro da *Arte retórica*, recomenda o uso das provas e sugere, como o melhor para o entendimento, que essas provas sejam demonstrativas. Para demonstrar o quê? “Que o fato sucedeu ou não sucedeu”. (Parece então um editor da mídia cobrando exatidão e correção, na narrativa e na descrição no texto da matéria jornalística). Em resumo, eis aqui algumas definições de Aristóteles que permitem entender certos fundamentos da comunicação:

Abertura do discurso – “O exórdio é o começo do discurso; o que lhe corresponde em poesia é o prólogo... São outros tantos começos que, por assim dizer, abrem caminho ao que vai seguir. Nos discursos comparativos, começa-se por exprimir logo de entrada o que se pretende dizer” (Da *Arte retórica*).

Objetivo do discurso – “A narração no gênero demonstrativo não é contínua, mas dividida em muitas partes: é mister expor pormenorizadamente os atos que formam o fundo do discurso. Com efeito, este compõe-se de duas partes: uma que não depende da arte, já que o orador em nada é causa dos atos que expõe; e outra que depende da arte. Esta última consiste em mostrar que o fato existe ou que é incrível, ou que é tal e qual, ou que tem importância, ou mesmo expor todas essas características a um tempo” (Da *Arte retórica*).

Das partes do discurso – “O discurso comporta duas partes, pois necessariamente importa indicar o assunto que se trata e, em seguida, fazer a demonstração... Só se anuncia uma coisa a fim de demonstrá-la. A primeira dessas operações é a exposição, a segunda, a prova; o que equivale a fazer a distinção entre a questão, de um lado, e, de outro, a demonstração... Assim, de obrigatório só há a proposição e a prova. Eis o que pertence propriamente ao discurso. No máximo, podemos admitir: o exórdio, a exposição, a prova, o epílogo” (Da *Arte retórica*).

Conclusão – “A conclusão não deve ser expressa sob a forma de uma pergunta; se o for, e o homem sacudir negativamente a cabeça, dará a impressão de que o raciocínio falhou” (Dos *Tópicos*).

3. Os tipos e finalidades da linguagem

Na expressão do pensamento, além da arte do discurso, existem outros usos, tipos e/ou finalidades específicas e próprias para a linguagem humana, falada e escrita, seja ela em qualquer língua, sociedade ou época.

Incluindo-se a oratória, tal como descrita e ensinada por Aristóteles, são cinco as modalidades da linguagem, na comunicação humana:

- a) A *dissertação* – o simples falar e/ou escrever sobre alguma coisa;
- b) A *narração* – o falar e/ou escrever para contar um fato ou acontecimento;
- c) A *descrição* – o falar e/ou escrever para descrever um fato, cenário ou perfil de alguém;
- d) A *argumentação* – o falar e/ou escrever para apontar argumentos positivos ou negativos, sem querer convencer a respeito; e,
- e) A *retórica*, ou arte do discurso (oral ou escrito), esta sim voltada para a persuasão e o convencimento.

Mude-se aqui esta ordem de análise dos usos da linguagem, para melhor desvendar e conhecer características, objetivos e finalidades de cada tipo, novamente a começar pela arte de comunicação do simples orador.

Retórica – A finalidade dela – repete-se – é a persuasão. Analisou-se, conforme o ensinamento de Aristóteles, como funciona a *retórica* (e), a arte do discurso. O objetivo final é convencer o ouvinte. Necessita por isto de uma clara conclusão “que não pode ser em forma de pergunta”, como advertiu o filósofo. A retórica aristotélica tem partes (roteiro) bem definidas: o início (exórdio), o desenvolvimento (para demonstração das provas, inclusive as testemunhais) e a conclusão (que busca o convencimento).

Argumentação – A *argumentação* (d), bastante destacada também na *Arte retórica*, facilita a apresentação das provas e, no entender de Aristóteles, melhor será recebida se apresentada e desenvolvida por testemunhas que os ouvintes conhecem e confiam. A argumentação precisa trazer com ela a lógica dos argumentos, raciocínios, depoimentos, testemunhos e falas, tendo como objetivo principal revelar um lado e o outro da questão, necessariamente.

Ou seja, deve mostrar os pontos e os tópicos a favor e os contra, deixando amplo espaço para a conclusão pessoal do receptor/ouvinte do discurso. O uso do contraditório (argumentos contra e a favor) é mais do que enfatizado e recomendado por Aristóteles, porque ajuda e facilita o trabalho do orador, na conclusão do discurso, na finalidade de convencimento e persuasão.

Descrição – A *descrição* (c) serve, como a palavra indica, para descrever, dizer como é determinada questão, fato, cenário ou personagem. Tanto quanto a narrativa, não tem tamanho definido. Pode ser maior ou menor, conforme o objeto em foco e seu interesse como atração para o ouvinte.

Narração – A *narração* (b) permite que determinado assunto, tema, questão seja contada e, pela continuada narrativa, revele a história a respeito dos acontecimentos, fatos ou pessoas. É a “história” com um roteiro desdobrado em começo, meio e fim. Não é necessário, para isto, seguir a rígida cronologia dos fatos e acontecimentos. O narrador pode montar o roteiro como julgar melhor para o desenvolvimento da sua “história”. E, assim, para atrair o interesse por ela.

Dissertação – A *dissertação* (a) é a linguagem mais natural, o simples falar ou escrever sobre determinado fato, cenário ou personagem. Necessariamente, não precisa contar nada, descrever nada, nem argumentar e muito menos tentar convencer. Basta o expressar algum pensamento, ideia ou sentimento.

4. Essência e fundamentos, em todas as formas de comunicação

Visualizados tipos e usos da linguagem, podem ser agora analisados a *essência* e os *fundamentos* da comunicação.

A essência

Na *essência* da comunicação, no conteúdo dela, estão o texto para a narrativa oral ou escrita e as imagens dos fatos ou as criadas a partir do imaginário de quem narra e descreve ou simplesmente acompanha a narrativa e a descrição.

Texto e imagem compõem, assim, todas as formas de comunicação. Estão na *essência*, no conteúdo essencial de qualquer história a ser transmitida, qualquer modo de pensar. Texto/palavras e imagens/imaginário criam narrativas e descrições não apenas na literatura e no jornalismo, mas apresentam-se em outras formas de expressão ou arte. Ou seja, aparecem na partitura das músicas, nos traços e nas cores das pinturas e das esculturas. Como surgem no palco dos teatros, na fotografia e nas filmagens do cinema, nas falas e cenários da televisão e da internet. Em presenças e alcances contínuos e infinitos.

De quando em quando, aparecem também, do nada, em novas plataformas antes desconhecidas e que, de repente, revelam-se de pleno. Não há barreiras para esta *essência* do texto e das imagens. E mesmo sem o som e na escuridão, crescem no cenário e no imaginário. Por vezes, mais tocáveis até e muito mais

materializáveis. Como ontem, hoje e no futuro se apresentam e se representam. Voam livres, de lado a lado, através da força, energia e formas concretas do pensamento humano. Hoje, parecem até fazer parte dos equipamentos, instrumentos e mecanismos da comunicação, incluindo e somando os antigos, modernos ou mais avançados. Somados e misturados, se necessário. Há os que já foram (e continuam), os que são e os que serão utilizados.

Em todos, no entanto, é fácil identificar os mesmos princípios e fundamentos.

Os fundamentos

Que *fundamentos* são esses? Por que permanecem fundamentais?

Quais as suas características principais?

É fácil enumerá-los, para estudo e análise. São eles:

1. A escolha de um tema/assunto interessante;
2. A “história” a partir do tema escolhido;
3. O roteiro estrutural desta “história” (que tem início, meio e fim);
4. Os personagens que povoam e entram na “história”;
5. Os cenários diversos de cada “história” (lugares e imagens).

Na linguagem humana, são inúmeros os usos e aplicações daqueles fundamentos pioneiramente identificados por Aristóteles.

Conhecidos os princípios da arte do discurso, podem ser analisadas formas e meios específicos de expressão, arte e comunicação, todos tendo por base os mesmos fundamentos da retórica aristotélica: nos jornais, revistas e *sites* jornalísticos; nos livros impressos e *on-line*; no rádio; na televisão, nos documentários e nas novelas de TV; no cinema; e no vasto e infinito mundo da internet.

(Interessante fazer um breve parêntesis e anotar que todas estas ferramentas e instrumentos básicos da comunicação facilitam e servem para usos e aplicações em diversos níveis e graus do ensino e em toda a vida acadêmica, como práticas benéficas à rápida difusão do conhecimento em quaisquer habilitações e disciplinas componentes do universo dos saberes, não apenas na área de comunicação social, jornalismo, publicidade, relações públicas e decorrentes assessorias a ONGs, sindicatos, instituições públicas e privadas. Os próprios textos acadêmicos, na graduação e na pós-graduação, seguem os mesmos princípios básicos e a estrutura de formatação e apresentação, com introdução, desenvolvimento e conclusão, tal qual nas definições da *Arte retórica*).

Descritos e comparados sob os mesmos fundamentos, serão aqui diferenciados ao final de cada análise específica conforme as estruturas técnicas próprias e a respectiva tecnologia dos equipamentos utilizados.

Bastará, para isto, um rápido sobrevôo sobre os equipamentos e as tecnologias conhecidas de cada um e que interferem na apresentação e formatação do produto criado com maior ou menor destaque para o texto ou para a imagem, ou sendo a soma deles.

O primeiro passo é conhecer as funções de cada fundamento:

1. no tema/assunto;
2. na “história”;
3. no roteiro (estrutura narrativa);
4. nos personagens; e
5. nos cenários.

Na comparação e aplicação dos fundamentos, devem ser definidas a razão da existência e as características funcionais de cada um, enfatizando-se mais uma vez que, por serem princípios básicos, representam a estrutura de toda e qualquer forma e meio de comunicação, tais como se fossem os pilares da construção de um prédio.

Pela ordem:

Tema/assunto – o primeiro fundamento é o da escolha do *tema*. Nada pode ser focado sem a clara indicação de um assunto, do objeto proposto, do objetivo e justificativa da comunicação. Não é qualquer assunto aleatório, mas tema que desperte interesse, traga novidades e motivações a quem dele tomar conhecimento. A falta de um bom assunto tanto inviabiliza a matéria jornalística, como dificulta o acesso à leitura de um livro, não chama a atenção para o filme, não motiva assistir a novela de televisão, nem de longe vai interessar ao usuário de redes sociais ou praticantes de jogos eletrônicos. A atenção continuaria dispersa e o espírito vagueando.

A “*história*” – escolhido o assunto, a segunda decisão fundamental é por ele chegar a uma boa “*história*” para, por exemplo, um documentário de televisão, peça de teatro ou lançamento de um filme. Isto depende no foco adequado nos contextos (histórico, econômico, social) e no que pode de fato atrair ou interessar o receptor (leitor, ouvinte, leitor, telespectador, internauta ou parceiro das redes sociais).

O *roteiro* – tem-se o tema, descobriu-se uma boa “*história*”, o desenvolvimento dela obriga então à definição precisa do *roteiro* que facilite as etapas de produção e realização (início, meio e fim). Roteiro é rota, caminho a seguir. É a espinha dorsal de todo texto criativo, como sabem e praticam internautas, jornalistas e escritores. Não há como não previamente determiná-lo, principalmente no rádio, na televisão e no cinema.

Os personagens e os cenários – esquematizado o roteiro, fica mais fácil contar a “história”, dar vida a personagens e desvendar cenas e cenários. A partir deles, cada etapa ganha rápida condição de somar diálogos, de juntar os fatos e os personagens participantes da “história”. E de valorizar a obra com cenários naturais ou montados para filmagens e gravações, em estúdio ou externas.

As diferenças em função do foco no tema, das ferramentas e equipamentos – tema, “história”, roteiro, personagens e cenários aparecem como fundamentos em qualquer forma e meio de comunicação, mas podem levar nomes e exigir variantes de aplicação em cada um deles, como se verá adiante, a começar pela mídia.

Não apenas porque cada forma e meio de comunicação busca diferentemente a atenção e o interesse pelo tema que foi escolhido, mas porque há necessidade, em todas as formas e meios de comunicação, de adequação às próprias diferenças e características técnicas e tecnológicas dos equipamentos de criação, produção e apresentação.

A análise da criação, em cada um, serve para confirmar que, apesar de seguirem *essência e fundamentos básicos*, verifica-se facilmente que podem apresentar feições muito específicas, o que por vezes faz esconder ou dissimular a origem comum.

Por sua vez, a visão prioritária da finalidade de comunicar, mostrar e interpretar fatos e acontecimentos ajuda a trazer de volta os ancestrais pilares básicos.

E sabe-se, então, como se reapresentam todos os fundamentos da comunicação, exatamente como foram indicados por Aristóteles na *Arte retórica*.

Como, enfim, existem na realidade objetiva da mídia e/ou em diversos meios e formas outras de comunicação, desde os atualmente rotulados de “mídias tradicionais” até outros tantos surgidos a partir dos autodenominados “avanços tecnológicos”. Tradição que segue e inovações que aparecem.

Eis chegado, portanto, o momento de aprofundar a análise específica e comparativa de cada um.

Jornais, revistas e sites jornalísticos

Na mídia impressa e na sua natural duplicação na *web*, como *sites* jornalísticos fica mais fácil desvendar fundamentos porque os meios de comunicação “tradicionais” sempre buscaram, como instrumentos de poder, influenciar o receptor ávido por novidades e informação. E, mais do que isto, transformaram-se em fontes igualmente poderosas de receita

financeira como veículos para a atração e o convencimento de potenciais consumidores de produtos e serviços divulgados em anúncios e propagandas. Neste sentido, acabaram por criar muitos e cada vez mais visíveis mecanismos de persuasão, usando as mesmas e velhas técnicas milenares da arte retórica.

Por isto e para isto, as publicações impressas e os *sites* jornalísticos, por exemplo, adicionam bancos de fotos, caricaturas e charges, infográficos, quadrinhos, vídeos de entrevistas e filmagens de acontecimentos, além de *links* para outras matérias e sítios na *web*. E, para maior credibilidade, ampliam a participação e interação dos leitores, dando a eles voz e vez, em textos e imagens. E tudo isto é válido, na mídia jornalística, também para ouvintes de rádio, telespectadores de televisão e internautas.

Ou seja, no jornalismo das emissoras de rádio, no telejornalismo, no web-jornalismo e nas diversas formas e meios de acesso à internet, via telefonia.

Eis em seguida como os fundamentos enumerados anteriormente: aparecem no jornalismo em geral, em especial na mídia impressa, que foi a primeira a surgir depois da retórica aristotélica:

O *tema* – a escolha de um tema interessante se faz pela pauta dos assuntos, em que o critério deve ser basicamente jornalístico; e, não, influenciado por interesses financeiros, comerciais e publicitários, ou ainda ideológicos e partidários.

A “*história*” – a “história”, a partir do tema escolhido, usa estruturas e técnicas de narração e descrição para os fatos e acontecimentos, ao mesmo tempo em que valoriza a argumentação com versões diferenciadas e às vezes contraditórias (como já recomendava Aristóteles ao orador).

O *roteiro* – o roteiro da narração/descrição da “história” (com início, meio e fim) tem lide/abertura muito semelhante aos objetivos do *exórdio* da retórica aristotélica. A ela também se seguem outras aberturas, com o texto desenvolvido através de parágrafos em encadeamento lógico. Não deve haver, como na retórica do orador, conclusão para persuadir: a conclusão natural da narrativa deve ser do próprio leitor, em função do que foi exposto na matéria. Naquelas provas preconizadas pelo filósofo.

Os *personagens* – os *personagens* que entram na “história”, isto é, na matéria jornalística, são os entrevistados, os que prestam depoimento ou testemunhos por terem visto ou acompanhado o fato ou acontecimento, além de autoridades e dos próprios agentes ou vítimas das ocorrências.

As imagens e cenários – os cenários da “história” (lugares e imagens) são levados ao leitor principalmente por flagrantes fotográficos, mas também por infográficos, quadrinhos, artes, gráficos, tabelas, mapas e ilustrações diversas.

Como “cenário” da matéria jornalística inclui-se o próprio *design* (diagramação) das matérias e páginas, emoldurando textos e fotos, criando espaços próprios para títulos, subtítulos, olhos e intertítulos, além de boxes e outros recursos gráficos.

No jornalismo, a diagramação/paginação/*design* das páginas de jornal e o navegar pela internet funcionam exatamente como vitrines de lojas de rua ou *shoppings*. Ou seja, como um primeiro e relevante diálogo com o receptor da paginada imagem.

Na página, como na visualização do conteúdo dos produtos da loja, põe-se em destaque o principal, sem perder de vista a recomendação aristotélica de dar logo uma visão de conjunto, a fim de melhor atrair a atenção e o interesse.

Esta é exatamente a função primordial do projeto gráfico das publicações.

Ao mesmo tempo em que lhes dá uma característica própria, a “cara” da primeira página, da capa de revista ou mesmo do *site* jornalístico, serve como indicador seguro para a imediata seleção a ser feita pelo leitor ou internauta. Ele de pronto vê qual a importância de cada assunto, pela simples ordem de apresentação no “cenário geral” da diagramação/*design*.

As diferenças em função do foco no tema, das ferramentas e equipamentos.

Para ser lida, a publicação há de ser impressa (no caso de jornais e revistas). Ou exposta na tela do monitor do computador (com a mesma técnica usada nas editorias e páginas dos jornais). Para imprimir, todo o processo hoje passa obrigatoriamente pelo computador e programas de paginação, depois nos jornais e revistas as chapas de impressão e colocação dessas chapas nas rotativas (impressoras). O editor, desta maneira, destaca notícias e informações, através de textos, artes e fotos.

O produto final aparece nas rotativas e impressoras, que constituem os equipamentos próprios para a finalidade de tornar acessíveis os textos e imagens das publicações. Sejam elas jornais e revistas que vão para as bancas e assinantes ou as utilizadas no *marketing* e na divulgação das organizações públicas e privadas do jornalismo empresarial ou institucional.

Livros impressos e o e-book

Necessariamente impressos, como os jornais e revistas, ou *e-books* apresentados para uso em telas (*tablets*), tal como os *sites* jornalísticos, os livros são publicações, acessíveis ao público. E o que são publicações, como produtos da comunicação?

Textos, imagens (fotos, gráficos, mapas) e imaginário com formatos igualmente diversificados, conforme o objetivo da edição. Impressa ou na recente forma de *e-books*.

A propósito, não há como desdenhar ou criticar livros para colorir que, para isto, prioritariamente usam traços e imagens que ganham cores, conforme a criação pessoal de cada usuário atraído, seduzido e persuadido para esta possibilidade de engenho e arte. Apenas, lidam mais com a criação de imagens e do imaginário, como no texto para o rádio, por exemplo.

Eis para comparar os fundamentos da comunicação, no formato livro:

O *tema* – é possível não escolher previamente um tema interessante? Como na mídia, há necessidade de uma pauta prévia, porque os livros, tanto quanto os fatos e acontecimento jornalísticos, servem para a abordagem, estudo e aprofundamento de assuntos os mais variados, de acordo com a utilização e público que se pretende atingir.

A “*história*” – a partir do assunto escolhido é que se desenvolve a “*história*” pretendida. O texto, o uso de imagens e o imaginário dependem da finalidade de cada livro, seja ele didático, romance, poesia e tantos gêneros literários já criados pela linguagem escrita humana. Ou, o agora aparentemente simples passar um lápis de cor.

O *roteiro* – cada gênero literário tem uma “*história*” própria e, como as matérias jornalísticas, os livros de novo seguem roteiros que definem começo, meio e fim. Isto significa desdobrar a narrativa em capítulos, como aquele encadeado desenvolvimento dos parágrafos das reportagens da mídia ou aquela prescrição definida por Aristóteles no *exórdio* (“uma abertura é seguida de outras”).

Os *personagens* – eles entram na “*história*” criados pelo autor (na ficção) ou necessariamente existem conforme a própria temática ou objeto do livro. Por exemplo, se é uma biografia, livro didático ou reproduz certo contexto (histórico, econômico, político, social). Um personagem pode inclusive ser narrador em lugar do autor. Curioso constatar, ainda, que o próprio leitor reporta a “*história*” que está no livro, como se fosse um repórter de um veículo da mídia.

O que, também, faz com que o leitor tenha papel da maior importância no propósito de transformar o livro em um *best-seller*. (E qualquer semelhança com os assuntos que “bombam” nas redes sociais não é mera coincidência).

Os cenários – os lugares e imagens da “história” igualmente, como os personagens, podem ser criados pelo autor e/ou pelo imaginário dos leitores. E, da mesma forma, materializam-se em fotos, artes, reproduções como os cenários dos veículos de comunicação, da mídia impressa ou *on-line*.

As diferenças existem em função do foco no tema, mas as ferramentas e os equipamentos não diferem muito de outras publicações e impressos.

Para ser lido, como no caso de jornais e revistas, o livro necessariamente precisa ser impresso. Ou com páginas expostas na tela dos *tablets* ou outros programas e equipamentos da era digital (como o aparentemente já falecido *kindle*, criação tida como capaz de armazenar as maiores bibliotecas do mundo). São, na telinha, técnicas parecidas às usadas nas páginas dos jornais, impressos ou *on-line*, no computador. E, para imprimir, agora todo o processo passa inicialmente pelo computador e programas próprios de paginação, e depois chapas de impressão e colocação destas chapas nas rotativas (impressoras).

Em seguida, neste estudo, vão ser focalizadas as formas de comunicação criadas como desdobramento natural da fotografia, do cinema e do rádio.

Todas elas com os mesmos fundamentos da pioneira retórica aristotélica e do também precursor jornal impresso. Mídia agora que dá uma ênfase toda especial às imagens e cenários, mas cujos alicerces e essência são os mesmos, com diferença nas técnicas criativas próprias e nos equipamentos surgidos posteriormente pela evolução tecnológica das telecomunicações e da informática.

Novelas de TV e seriados

Coloca-se a televisão, na imediata sequência, porque há um novo dado curioso: embora na aparência sejam bem diferentes como forma de comunicação, as novelas de televisão, como os livros, criam roteiros e narram suas histórias em partes denominadas capítulos. E isto vale tanto para as novelas como para os seriados de filmes e documentários de TV.

Eis os fundamentos desses produtos de uma evolutiva mídia posterior ao aparecimento da fotografia (imagem parada e emoldurada), do cinema (imagens que se movem) e do rádio (áudio que o cinema incorporou à mudez das pioneiras imagens).

O *tema* – não há como pensar em novela de televisão ou seriado na programação de TV sem descobrir o que poderá ter audiência pelo foco em tema/ assunto polêmico ou de interesse público bastante motivador. Até porque a televisão, como o rádio, é meio de comunicação que mexe com o emocional, com os sentimentos individuais.

A “*história*” – é construída a partir daquele tema escolhido e trabalhada pelo entrelaçar na verdade de outras histórias, em um enredo que provoca o renovar constante pelo interesse no acompanhamento da novela ou seriado.

O *roteiro* – dá a rota, o caminho a ser seguido na narrativa da “*história*”.

Tem início, meio e fim dividido em partes (no seriado) e em capítulos (como nos livros). Os roteiristas de novelas e seriados de televisão são igualmente tão prestigiados e valorizados como os do cinema.

A tela grande de apresentação dos filmes e a tela menor dos televisores exigem criatividade dos que desenvolvem a “*história*” com um tema obrigatoriamente atraente para multidões de (tele)espectadores.

Os *personagens* – são artistas que entram em cena na “*história*” representando tipos de pessoas, perfis definidos de indivíduos, sempre para o bem ou para o mal. Podem mudar de importância, aumentar ou diminuir suas falas conforme o gosto popular, o resultado mostrado pelas pesquisas de opinião pública.

Interessante verificar que, por entrarem em nossas casas coloridos, bem vestidos e caracterizados, os personagens de novelas provocam reações diversas, como as visitas que recebemos. São observados pelo modo de ser e agir, pela maneira de se vestir e de tratar os outros. Criam vida como pessoas reais e, assim, os artistas passam a ser vistos nas ruas como os próprios personagens que representam.

Os *cenários* – na novela e nos seriados de TV, como nos filmes, os cenários podem ser cuidadosamente montados em estúdios e “*idades cinematográficas*” ou valerem-se da rua, em lugares cuidadosamente selecionados para a tomada das imagens, em cenas externas. Diferem do cinema e do teatro, porém, porque no estúdio de TV há um limite de espaço, imposto pelos cenários e equipamentos da televisão. Nota-se, por exemplo, que por isto os artistas se movem bem menos, ao se apresentarem para o foco das câmeras de televisão, nos cenários das novelas.

As diferenças em função do foco no tema, das ferramentas e equipamentos.

Quando as emissoras de televisão passaram do sistema analógico para o digital, foi marcante a diferença na definição de sua principal característica

que é a apresentação das imagens. A TV se transformou e obrigou a mudanças no modo de ser e agir dos personagens e formato dos cenários, além da qualidade das falas e do áudio.

Esta definição e esta qualidade continuam sendo afetadas, para melhor, em função dos avanços tecnológicos. O que não se precisou mudar foram as características e exigências básicas dos textos e imagens (ao vivo ou gravadas), como essência e fundamentos da mídia televisiva.

Documentários de TV

Os documentários de televisão, tal qual no cinema, são um misto de jornalismo (texto para narrativas) e de mídia de imagens. Como não poderia deixar de ser, em suas características assemelham-se aos filmes, na essência e nos fundamentos, a saber:

O *tema* – há prévia necessidade de escolha de um tema interessante. Exige, como nos jornais e revistas, título forte, chamativo e atraente que sintetize o assunto a ser focalizado. Como no livro, seus temas e focos podem ser bastante variados e os textos e imagens igualmente diversificados nos seus contextos.

Os documentários contam histórias reais, entram pela ficção, observam costumes sociais, analisam fatos e acontecimentos econômicos, financeiros e contextualizam situações políticas e da história nacional do país ou de outros países etc. Mas é na essência e nos fundamentos uma narrativa, novamente com o uso de falas e imagens.

A “*história*” – estrutura-se a partir do tema escolhido, como em mídia analisada anteriormente. Fica mais fácil e agradável de acompanhar se coloca um narrador próprio, que vai informando e comentando cada passo dos fatos e acontecimentos.

O *roteiro* – o roteiro da “história” tem início, meio e fim a critério do autor/ produtor do documentário. Que usa um *script* próprio para isto, misturando falas, imagens e cenas em desenrolar ordenado em função do objetivo pretendido. Os documentários de TV podem usar imagens mudas ou gravadas de arquivo próprio ou de alguma fonte consultada ou pesquisada.

Os *personagens* – como nas reportagens, nos livros, no cinema e na televisão entram em cena em decorrência do roteiro da história. E, como tal, podem ser pessoas reais, especialistas no assunto em foco, testemunhas ocasionais, personagens narradores e narradores que ancoram a história, para melhor desenvolvimento e roteiro do tema.

Os *cenários* – são lugares e cenas filmadas, internas e/ou externas, de acordo com a “história” que está sendo narrada e/ou descrita. Como ocorre também no imaginário do livro ou nas cenas de filmes e de televisão.

As diferenças em função do foco no tema, das ferramentas e equipamentos.

São técnicas próprias, tecnologias e equipamentos, utilizados como no cinema e na televisão.

Filmes para cinema e vídeos na web

O *tema* – de novo, o começo de tudo é pela escolha de um tema interessante. Outra vez, como nas reportagens jornalísticas, nos livros, nas novelas de televisão e nos documentários e seriados, há um leque enorme de assuntos, textos e contextos, imagens e imaginário à disposição de um autor criativo. As imagens são de novo mais importantes, pelo impacto visual. Tal e qual na no velho e antigo registro fotográfico.

Tradicionalmente, os temas nos filmes exigem longas metragens de material gravado que, antes do formato final, passam pela minuciosa seleção de um chamado “copião”.

Hoje, com muita frequência e renovação criativa, há os *curtas*, bem menores, mas igualmente impactantes, principalmente no formato de vídeos para inserção na web, outra vez com variados objetivos e propósitos em sua divulgação.

A “*história*” – novamente, desenvolvem-se narrando e descrevendo o proposto no tema escolhido, sempre valorizando mais as imagens do que as falas. Não custa lembrar que o cinema começou mudo e com poucos quadros de imagens gravadas. Era apenas a fotografia em movimento. Curioso relembrar que uma outra mídia, que aparentemente nada tem com o cinema, foi que transformou o filme mudo em falado, em 1927, depois do aparecimento do áudio das emissoras de rádio.

O *roteiro* – o roteiro da “história” marca o início, o meio e o fim do vídeo ou filme, com uma característica a se observar. Dependendo da “história” quase nunca precisa ser por ordem cronológica. Ou seja, o autor pode começar por onde quiser para contar a história, mesmo pelo meio e até iniciando pelo fim. Em vários casos, isto significa mostrar e transmitir com muito mais emoção.

Os *personagens* – os personagens entram na “história” através de atores que são quase sempre meros repetidores de textos e diálogos, mas dominam as

cenas com suas atuações e passam a ser vistos como o principal, mais até do que os diretores que determinam como devem atuar e esquecendo-se que os roteiristas dos filmes, na verdade, é que estabelecem as falas e padrões para atores e diretores.

Por isto, como nas novelas de TV de grande audiência e horários chamados nobres, os bons roteiristas de cinema são muito procurados e recebem belas remunerações por seu trabalho em criar e escrever o que será filmado, seja uma história de ficção ou baseada em obras literárias ou documentos de uma história real.

Os *cenários* – os cenários são os lugares e as imagens em estúdio e/ou externas. Ambientam as histórias e nos cenários se movimentam atores em cena e diretores e técnicos os mais diversos, nos bastidores das filmagens.

Há algum tempo, podem ser criados artificialmente nos computadores e até misturar real e virtual, desenhos e pessoas.

Neste sentido, os chamados efeitos especiais revelaram o criativo trabalho de muitos novos diretores de cinema que, na tela, trouxeram mais emoções, impactos e realidade às imagens filmadas.

As diferenças em função do foco no tema, das ferramentas e equipamentos.

No cinema, o fenômeno, o fantástico e o espanto somam-se de forma envolvente, quanto mais vão sendo aperfeiçoados os equipamentos decorrentes dos avanços da informática e filmadoras digitalizadas.

Tudo agora pode ser pré-editado, no mesmo momento da gravação.

São técnicas e ferramentas poderosas que, no entanto, não substituem o olhar atento e seletivo de quem filma e escolhe imagens, trazendo as mais complexas e interessantes leituras para o futuro espectador.

Ou seja, permanece a obrigatoriedade de um olhar inteligente, texto e imagem sob contextualização previamente determinada.

Peças teatrais

O teatro está nos primórdios da comunicação.

Já existia quando Aristóteles criou os fundamentos do discurso do orador.

Peças teatrais começaram inclusive como monólogos, falas de um único orador. Isto é, tal qual o orador na arte retórica, o ator apresentava e representava textos poéticos, épicos e/ou narrativos.

Nada mais roteirizado, também, do que uma peça teatral, em três atos, como no teatro clássico grego. Nele estão evidentes a essência e os fundamentos da comunicação, que permanecem até hoje na evidência característica de novos personagens e roteiros para o cinema, a televisão e, sem dúvida, nas multifaces da internet. Até os radialistas e apresentadoras de programas de rádio ganharam palco para a transmissão de imagens em *sítes* das emissoras, além das vozes marcantes de suas narrações.

O teatro, como se pode ver, tem as mesmas exigências, artes e ofícios da comunicação em si.

O *tema* – qualquer que seja a forma de apresentação de uma peça teatral e o público a que ela se volte e atraia, há a necessidade prévia de escolha de um tema interessante. E este tema necessita de um título, tal qual uma reportagem, o assunto de um livro, o cartaz de um filme ou a abertura de uma novela de televisão.

A “*história*” – a história é a própria peça teatral representada a partir de um tema escolhido, desde os antigos gregos e até hoje.

O *roteiro* – o roteiro da história tem início, meio e fim, naquele teatro clássico, em três atos. Tradicionalmente, cada parte encerrada pelo fechamento de pesadas cortinas, para que possam ser trocados os cenários, possam entrar em cena outros personagens ou os mesmos personagens com outro vestuário.

Os *personagens* – os personagens, no teatro clássico grego, usavam máscaras que encobriam seus rostos e serviam para definir o tipo de personagem da história encenada e, ao mesmo tempo, o seu estado de ânimo (alegre, triste, indiferente). A própria palavra personagem vem de *persona*. Ou seja, a voz que chega através, vinda por trás daquela imagem facial empunhada pelo ator. Como se sabe, daí também veio a etimologia da palavra *pessoa*, em nossa língua.

Interessante destacar que os atores, no teatro, têm um largo espaço para representar, podendo movimentar-se bastante, ao contrário, por exemplo, do ator de televisão, limitado pelo ângulo das câmeras.

Além disto, precisam de treino para a educação e colocação da voz, pois devem ser escutados em todas as fileiras de cadeiras do teatro, prédio que, igualmente por esta razão, necessita de boa acústica e iluminação.

Tanto para peças normais como para os musicais e óperas famosas.

Os *cenários* – na peça teatral, os cenários mudam, a cada ato, se necessário, mas estão no mesmo local: o palco em que os atores vão atuar. Durante o espetáculo, nos intervalos, podem ser trocados móveis e outras partes do cenário e mudado o foco e as cores da iluminação para maior destaque do que então é apresentado.

As diferenças em função do foco no tema, das ferramentas e equipamentos.

O teatro, como em outras modalidades de apresentação de texto e imagens, tem uma gama enorme de equipamentos próprios, manejados por profissionais e operadores os mais diversos.

Como no cinema, carpinteiros e montadores de móveis e cenários, operadores de som e de canhões de luz, iluminadores e eletricitistas, etc.

Tudo dependente do conteúdo e essência (texto e imagens) do que será apresentado e representado como espetáculo.

Nas redes sociais, na interatividade do uso de celulares e nos jogos eletrônicos

Fica fácil, agora, entender os tais avanços tecnológicos e a mídia nova chamada genericamente de internet, em uma rede que em sua essência e fundamentos repete, muda, transforma e amplia a essência e os fundamentos da comunicação, para isto utilizando outros tipos de aparelhos e equipamentos, técnicas até semelhantes mas com tecnologias diferenciadas.

É possível criar algo inteiramente novo, sem recorrer a antigos e garantidos alicerces fundadores?

É possível ignorar a essência das coisas?

Por isto, outra vez e sempre, há mais uma vez a necessidade de definir:

1. a escolha prévia de um *tema* interessante;
2. o conteúdo de uma *história*, a partir deste tema escolhido;
3. o *roteiro* (início, meio e fim) do que será focalizado;
4. os *personagens* que entram na história;
5. os *cenários* (lugares e imagens) que mostram e ajudam a entender o que está sendo focalizado.

Lógico que, nesta comunicação dos novos tempos, há diferenças em função do foco atual dos temas, do uso de outros equipamentos e ferramentas.

Veja-se, no entanto.

A essência (texto e imagens) é a mesma de sempre, inclusive e principalmente quando o comunicar é através do *Facebook* e do *Twitter*, com mensagens através de palavras e fotos, cenas filmadas.

Já percebeu porque, no *Face*, são outra vez usadas palavras (texto) e fotos?

Verifique-se agora que os jogos eletrônicos, hoje maravilha do lazer e do avanço tecnológico, dependem de um *designer*, em função de sua estética; do

animador (especialistas em computação gráfica) para organizar personagens e objetos; do editor de som e vídeo; do programador que põe os jogos para funcionar; do técnico em 3D, que crie imagens e use *softwares* gráficos; e, de um *roteirista*, que pense e escreva a história do jogo.

Tudo isto não lhe parece “tradicional” até e algo bem familiar, na comunicação?

O sonho de uma tela única para TV e para os computadores está chegando às lojas, através de uma interface chamada *AndroidTV*, com aplicativos que rodam nos *tablets* e *smartphones*.

E o tão avançado e prestigiado *smartphone* está prestes a perder a batalha para o *zenfone*, da Asus, uma empresa oriental.

O CD (*compact disc*) completa 33 anos e, ainda tão jovem, já estaria sem futuro porque, explica-se, não há mais necessidade de suporte físico para a música.

O *Google* teve recentemente de virar *Alphabet*, nova denominação do grupo, para não ser atropelado por suas próprias e velozes passadas.

(Curioso que o novo nome vem de alfa e beta, exatamente as primeiras letras do alfabeto grego, criado por volta do ano 700 antes da era cristã).

Outra coisa.

É o mesmo, de semanas, anos ou meses atrás o celular/*smartphone* que está em suas mãos, neste momento? O anterior não teria ficado tão velho e ultrapassado quanto se aponta desdenhosamente em direção a outras formas e meios de comunicação?

Os avanços tecnológicos – união de informática, telefonia e telecomunicações – praticamente começaram agora, na história da humanidade: o computador pessoal tem cerca de 30 anos e o uso universal da internet, apenas pouco mais de 20 anos.

Na internet, sem dúvida, há a duplicação dos meios de comunicação e do mundo de sempre, inclusive com todas as suas virtudes e defeitos de séculos.

O que ficou mais esperto e ativo na *web* foi o velho e tradicional *171*, porque dispõe ele agora de ferramentas mais ágeis, menos entendidas pelo público em geral e mais difíceis de fiscalizar e/ou evitar sua agressividade e “esperteza”.

Mas tem como ser evitado e repellido, deletado.

Basta usar a ética e a lógica.

5. Os 10 mandamentos da comunicação

Para concluir, e como resultado mesmo da análise da essência e dos fundamentos aqui estudados e aprofundados, sintetiza-se o que poderiam ser “Os 10 mandamentos da comunicação”. Porém, previamente se adverte, não são normas e deveres para seguir cegamente. Respeita-se o *livre arbítrio* e cada um continuará a ser individualmente julgado segundo suas obras. Ou seja, avaliado conforme a escolha individual de seus temas, histórias, roteiros, personagens e cenários e, ainda, nos meios e formas de comunicação, pelas técnicas, tecnologias e equipamentos preferidos para a criação e realização de seus produtos e obras.

A palavra é uma arma. Use-a com bom senso e moderação.

Além disto, precisam ser simples (acessíveis a todos), claras (sem deixar dúvidas), objetivas (dizer logo o que se deseja), diretas (escritas em uma ordem sem rodeios) e concisas (poucas palavras, sem repetição desnecessária, como recomendado por Aristóteles).

Esses 10 mandamentos, enumerados a seguir, são na sua quase totalidade uma tentativa de síntese do pensamento aristotélico sobre ética e lógica, acrescida pelo autor deste estudo acadêmico de variadas técnicas, saberes e conhecimentos sobre práticas profissionais, testadas e aperfeiçoadas ao longo dos tempos, nos veículos de comunicação em que trabalhou.

1º. Mandamento:

Jamais esqueça que conteúdo é o valor supremo da comunicação.

Por isto, o uso de palavras e imagens tem a função principal de significar e revelar o que se pretende informar.

A propósito, informar significa dar forma, mostrar o que é e como se apresenta, para que se possa fazer leitura exata do que foi transmitido.

Comunicar, por sua vez, é bem mais do que informar: significa passar informações, tornando-as comuns, acessíveis e de interesse de todos.

E comunicação social, que é utilizada pelas formas e meios de comunicação, deve obrigatoriamente e sempre trazer a possibilidade do receptor ter visão própria e crítica do que acontece. Preserve-se e defenda-se o interesse público, do cidadão e da sociedade, na aberta visão de variados contextos.

2º. Mandamento:

Seja criativo e respeite o direito autoral dos outros.

Abandone o *cc* e o *cv* leviano e superficial, antigo e ultrapassado. O novo não é o repetido, publicado, conhecido. É outra luz sobre o tema. Use ideias e informações, mas não repita o texto alheio como se fosse seu. Isto é crime.

3º. Mandamento:

Pesquise muito um tema, antes de definir a escolha e o formato a usar.

Na comunicação, a pesquisa permite que se conheça o que já foi pensado, escrito, falado e filmado a respeito de qualquer assunto. E isto pode ser feito não apenas na internet, mas em livros, trabalhos acadêmicos, gravações, documentários e filmes sobre o tema. Não estreite e comprima o seu conhecimento.

4º. Mandamento:

Não tente depois, autoritariamente, “fazer a cabeça” do próximo.

Isto é desrespeito ao outro. Tremenda falta de ética. Todo mundo tem direito ao acesso à informação exata e correta. Ou seja, argumente sem querer persuadir.

Ao contrário, mostre sempre, com palavras e imagens, o contraditório das coisas.

5º. Mandamento:

Nunca julgue o próximo, muito menos pela ótica de seus preconceitos.

Respeite o outro como ele é: igual a você, não como você imagina que é. E seja generoso e aberto, na expressão e no diálogo de palavras, gestos e imagens. Nunca julgue sem ouvir e objetivamente conhecer.

Subjetividade inconsequente é apenas fonte de preconceitos.

E todo preconceito é odioso e sufoca o diálogo.

6º. Mandamento:

Busque boas fontes, tanto para a consulta prévia nas pesquisas, como para depoimentos e testemunhos a serem usados na apuração e redação do texto.

Correção e exatidão no que passar.

A boa fonte é quem traz consigo o saber.

E quem, mais do que isto, é capaz de colocar um texto no contexto.

Ou em vários contextos.

7º. Mandamento:

Manipule, com muita técnica profissional, temas, entrevistas e imagens.

Nunca faça manipulações ideológicas, partidárias ou de interesses outros, espúrios e inconfessáveis. Obrigação do comunicador, repete-se, é com o cidadão e a sociedade. Como todo profissional, o comunicador deve saber usar as ferramentas profissionais adequadas para difundir informações de interesse público.

Aprenda e domine as técnicas específicas do meio de comunicação em que vai expressar-se e atuar profissionalmente. Isto pode evitar ruídos provocados pelo uso inadequado ou intempestivo de palavras e imagens.

8º. Mandamento:

Separe e identifique o que é opinião do que é a informação.

Opinião, cada um tem a sua. E pouco vale, somente como expressão individual.

Opinião pode, porém, ter espaço realmente válido, na mídia, nos editoriais, colunas especializadas e em artigos assinados publicados nas páginas de opinião dos veículos de comunicação. Informação, por sua vez, é outra coisa, bem diferente: resulta de apuração, isto é, o tornar pura a informação, tornando-a assim precisa e exata.

Não misture fatos e desejos. Seja obrigatoriamente objetivo, deixando de lado aquele poço de subjetividade que somos, como indivíduos isoladamente.

9º. Mandamento:

Comunicar é direito de todos e um serviço público, não custa repetir.

Está na Constituição brasileira que todo mundo tem direito à expressão e comunicação. O comunicador social – jornalista, publicitário, porta-voz, assessor de imprensa, relações públicas – presta um serviço público e segue a norma constitucional.

Manda ainda a ética profissional que o comunicador tem obrigações perante a sociedade. São normas e deveres que todo profissional, de qualquer atividade, deve seguir, mas o comunicador social (inclusive o blogueiro ou produtor de texto e imagens na internet) jamais pode esquecer que é ele quem mostra as coisas e os fatos. E, sabe-se, o que não é mostrado, não existe ou é esquecido.

10º. Mandamento:

Uma coisa é ou não é; porque, o que é não pode deixar de ser; e o que não é, não pode ser. Pense nisto, com calma e ponderação.

Este pensamento é bem antigo e de um poeta/filósofo grego, Parmênides (540-450 a.C.), anterior a Aristóteles e à *Arte retórica*.

É tão fundamental como outros princípios e fundamentos aqui apresentados.

Ou seja, haverá sempre uma manifesta realidade, que ninguém conseguirá eternamente omitir, fingir que não vê ou pretender apresentar de forma inadequada e incorreta. Mesmo usando a total virtualidade e a quase sempre ligeireza na informação.

Ou é ou não é.

Mas quem decide isto não é você, e, sim, quem recebe a informação.

Ele certamente poderá perguntar: e daí?

Se os fatos narrados não o convencerem, sacudirá negativamente a cabeça e irá adiante com suas próprias ideias e pensamentos. Afinal, o humano é um ser pensante.

Referências

- ARISTÓTELES. *Arte retórica e Arte poética*. Trad. Antônio Pinto de Carvalho. Estudo Introdutório de Goffredo Telles Júnior. Publicações (Clássicos de Bolso), 14^a. ed. Rio de Janeiro: Ediouro, s/d. 290 p.
- _____. *Ética a Nicômaco*. Trad. Leonel Vallandro e Gerd Bornheim da versão inglesa de W. D. Ross. *Poética*. Trad. Eudoro de Souza. Seleção de textos de José Américo Motta Pessanha. São Paulo: Nova Cultural (Os Pensadores), 1987. 285p.
- _____. *Órganon*. Trad. Edson Bini. Bauru: EDIPRO (Série Clássicos Edipro), 2005. 608 p.
- _____. *Tópicos; Dos argumentos sofisticos*. Trad. Leonel Vallandro e Gerd Bornheim da versão inglesa de W. A. Picard. Seleção de textos de José Américo Motta Pessanha. São Paulo: Abril Cultural (Os Pensadores), 1978. 198 p.
- _____. *Tópicos*. Obras Completas de Aristóteles. Coordenação de Antônio Pedro Mesquita. Trad. J. A. Segurado e Campos. Centro de Estudos Clássicos e Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa. Edição: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, Lisboa, Portugal, 2007. 515 p.
- BITTAR, Eduardo C. B. *Curso de filosofia aristotélica: leitura e interpretação do pensamento aristotélico*. 1^a. ed. Barueri: Editora Manole, 2003. 1.436 p.
- COTTA, Pery. *Jornalismo - Teoria e prática*. Rio de Janeiro: Livraria e Editora Rubio, 2005. 174 p.
- _____. *Jornalismo avançado*. 1^a. ed. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2010. 84 p.
- HÖFFE, Otfried. *Aristóteles*. Trad. Roberto Hofmeister Pich. Porto Alegre: Artmed, 2008. 296 p.
- KRAUT, Richard (et al.). *Aristóteles – A ética a Nicômaco*. Trad. Alfred Storck. Porto Alegre: Artmed, 2009. 351 p.
- PERELMAN, Chaïm e OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Tratado da argumentação - A nova retórica*. Trad. Maria Ermantina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 1999. 653 p.

Resumo

Este estudo analisa formas e meios de comunicação, com o objetivo de demonstrar a importância da essência e dos fundamentos, no momento em que se debate o futuro do jornalismo impresso e de outros veículos da mídia que estariam “em vias de extinção”, diante do desempenho das redes sociais e a abertura de caminhos diversos, na *web*.

Palavras-chave

Mídia - Narrativa jornalística - Formas de comunicação.

Abstract

This study analyze ways and means of communication, in order to demonstrate the importance of the essence and fundamentals at the time that debate the future of print journalism and other media outlets that would be “endangered” on performance of social networks and the opening of several ways the web.

Keywords

Media - Journalistic narrative - Forms of communication.

Résumé

Cette étude soumettre à une analyse les formes et moyens de communication, afin de démontrer l'importance de l'essence et les principes fondamentaux au moment de débattre de l'avenir de la presse écrite et d'autres médias qui seraient “en danger” sur la performance des réseaux sociaux et l'ouverture de plusieurs façons du Web.

Mots-clés

Médias - Narratives journalistiques - Formes de communication.

Última Hora (1952-1964): a construção da agenda e o tema da limitação das remessas de lucros dos investimentos externos

Roberto Bitencourt da Silva

Apresentação

A agenda pública supõe a seleção de temas suscitados pelos debates e as vicissitudes enfrentadas pela sociedade. A agenda possui a atenção coletiva e promove uma ambiência social e política, que estimula a ação dos agentes institucionais em torno das preocupações públicas de maior destaque (Hawlett, 2000: 183). Em nossos dias, o jornalismo dos conglomerados de mídia detém recursos decisivos para selecionar e dar visibilidade a determinados temas. Portanto, de acordo com Miguel (2014: 142), é dotado de força para “descrever a realidade” e incidir sobre o mundo social, em conformidade com seus critérios de noticiabilidade. Ainda em relação ao tempo presente, por conta da prevalência da televisão enquanto fonte de informação, é plausível argumentar que os meios massivos e comerciais de comunicação têm primazia na construção da agenda pública.

No entanto, atores integrantes dos universos da política institucional e da seara econômica, bem como agentes da sociedade civil organizada, são portadores da capacidade de incluir ou reforçar assuntos na agenda, influenciando na formação da opinião pública. Iniciativas, demandas e visões políticas externas ao campo jornalístico podem, é claro, pautar a imprensa e a agenda pública, segundo Hawlett (2000: 177). Todavia, em função da natureza oligopolizada dos meios de comunicação, na atualidade, os filtros à disposição da mídia

tendem a operar negativamente em face das ações e das ideias incongruentes com a sua cosmovisão. De resto, a invisibilidade, o silêncio ou a demonização.

Devido à força simbólica alcançada pelos conglomerados de mídia, influentes na formação das categorias de percepção social, uma “concepção publicista e elitista da opinião pública” têm predominado. Na acepção dada por Carvalho (2010), tal concepção confere legitimidade à voz e ilumina causas defendidas por restritos setores das sociedades política e civil, tais como autoridades públicas instituídas, círculos empresariais e a própria mídia.

Fazendo um ponderável recuo no tempo podemos identificar traços de descontinuidade em relação a alguns fenômenos em destaque. Tomando as décadas de 1950 e 1960 como marco temporal de reflexão, é possível argumentar que o setor das comunicações pouca relação guarda com o tempo presente. A televisão ainda dava os seus primeiros passos. A cidade do Rio de Janeiro possuía mais de 20 jornais em circulação (Barbosa, 2010), conformando um cenário infocomunicacional razoavelmente pluralista, assentado em um mercado não oligopolizado. As possibilidades abertas a setores que não pertenciam às classes dominantes – no tocante à representação político-partidária, a estratos de classes e movimentos sociais –, ofereciam maior poder de intervenção aos de baixo e às esquerdas na formação da opinião pública e na construção da agenda.

O artigo toma como objeto de análise um periódico carioca que revelava significativa expressão popular: Última Hora. Os anos de 1952 a 1964 consistem um recorte de tempo privilegiado. Foi um jornal que contribuiu para a veiculação das ideias políticas nacionalistas, repercutindo, especialmente, as iniciativas e as propostas do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB). Última Hora notabilizou-se por noticiar problemas sociais, políticos e econômicos que afligiam os setores subalternos, tidos como “incapazes” de participar da construção da agenda pública, na avaliação dos concorrentes jornais conservadores (Carvalho, 2010).

O dilatado período selecionado tem em vista permitir a análise sobre a projeção alcançada na agenda pública por um assunto específico: a limitação das remessas de lucros do capital estrangeiro. Hoje, a visão laudatória e acrítica sobre os investimentos externos prepondera na sociedade brasileira, sobremaneira nas redações do jornalismo econômico. Como assinalou Kucinski (2000: 191) em meio à inaugural subserviência do país aos postulados financistas e privatizantes da “globalização”, a “defesa integral dos interesses estrangeiros campeia no jornalismo econômico”. Um fenômeno persistente, operando como um

consenso jornalístico, influenciando e moldando os esquemas de percepção social e as diretrizes programáticas e eleitorais de quase todos os partidos políticos.

Não obstante, nos anos 1950-60, a participação do capital estrangeiro na economia do país representava um tema debatido acaloradamente, denotando controvérsias e tomadas de posição conflituosas. A disciplina dos investimentos externos foi assunto progressivamente incluído na agenda pública. Ganhou notável repercussão social, política e jornalística, até configurar-se, no governo do presidente trabalhista João Goulart (1961-64), em relevante item das Reformas de Base. A limitação das remessas de lucros representa uma das variáveis que pesou na deflagração do golpe civil-militar de 1964, com a adesão de importantes setores empresariais às teses da “ameaça ao capital estrangeiro e à iniciativa privada”, de acordo com Fernandes (2005: 251-254).

Não foram poucas as pressões exercidas pelos circuitos empresariais nacionais e internacionais, bem como pela diplomacia estadunidense, para a adoção do princípio da irrestrita participação das corporações multinacionais na economia brasileira e à concessão de facilidades para as transferências dos lucros aos países que as sediavam. Tomando por referência entrevista concedida por João Goulart no exílio, o presidente destituído ressaltou que “a lei que regulamentou a remessa de lucros de empresas estrangeiras ‘causou grande perturbação ao governo’”.¹ Tratava-se, com efeito, de uma questão explosiva.

No tocante ao ordenamento do trabalho, o próximo item descreve determinadas características editoriais e da trajetória da Última Hora. Na sequência, são feitas algumas ponderações que visam apresentar o tema da limitação das remessas dos lucros do capital estrangeiro. O item que dá continuidade ao artigo visa à estrita análise do noticiário do jornal a respeito da temática. Procura salientar a atenção dedicada por Última Hora à questão do controle sobre o capital estrangeiro, buscando evidenciar uma linha editorial que procurava incluí-la na agenda pública. Ademais, se pode argumentar que o jornal consiste em um recorte, delimitado e parcial, favorável à identificação do processo de projeção alcançada pelo tema da limitação das remessas dos lucros na agenda da época.

É desenvolvida ainda análise do enquadramento das notícias, com o intuito de mapear os ângulos privilegiados e as categorias explicativas e descritivas mobilizadas pelo noticiário. Como assinala McCombs (2009: 140), o enquadramento denota a “perspectiva dominante, a forma de organizar o pensamento”, isto é, compreende não apenas o que se noticia, como também o modo pelo qual são lançadas as luzes sobre um determinado assunto.

Última Hora: trajetória e linha editorial

A Última Hora foi um jornal com nítido perfil popular, sob uma dupla acepção: procurava identificar-se “com o povo”, ao esposar uma linha editorial que se pretendia sintonizada com um “movimento de reivindicação popular e nacional”, bem como representou um periódico de “largo consumo”, segundo Siqueira (2005: 47-55). Ainda conforme a perspectiva da autora, Última Hora, acompanhada de O Dia e Luta Democrática, constituiu um marco na história da imprensa carioca e brasileira, por ter apresentado “níveis inéditos” de tiragens. O periódico foi lançado em 1951, no Rio de Janeiro, pelo jornalista Samuel Wainer, com a clara intenção de oferecer um suporte infocomunicacional ao governo do trabalhista e presidente Getúlio Vargas (1951-54).

Durante a década de 1950, particularmente ao lado de O Globo e O Dia, Última Hora alcançou liderança em tiragens, variando de 70 mil a 117 mil exemplares por dia (Siqueira, 2005: 66). Manteve-se comercialmente estável e simbolicamente relevante até o golpe civil-militar de 1964, de acordo com Barbosa (2010: 155). Conseguiu organizar uma cadeia de jornais, com circulação em diferentes cidades do território nacional, como Curitiba, Recife, São Paulo, Porto Alegre e Niterói (Wainer, 2005: 297).

Consoante as memórias de Wainer (2005: 167), o jornal, no início da sua trajetória, era “marcadamente político e favorável a Getúlio, embora sempre pronto a criticar membros do governo”. Preconizando valores políticos e princípios econômicos de corte nacionalista e anti-imperialista, a linha editorial, mesmo após o suicídio de Vargas, permaneceu dando apoio à corrente política associada ao presidente desaparecido, ou seja, o trabalhismo. Uma orientação política e partidária que defendia preceitos econômicos nacionalistas, a ampliação da participação democrática e dos direitos sociais (Ferreira, 2005). A convergência que o jornal apresentava dava-se, pois, por meio de uma concepção peculiar de opinião pública. Com base em reflexão desenvolvida por Carvalho (2012: 74), Última Hora demonstrava uma perspectiva participativa de opinião pública, valorizando a dilatação da influência popular e sindical nos processos decisórios da sociedade.

O jornal reservava espaço para a veiculação dos problemas, das demandas e das vozes das classes trabalhadoras e médias, que esposavam aspirações de dignidade para o trabalhador e reformas sociais e econômicas de natureza distributiva e nacionalista. Uma coluna sindical possuía espaço fixo no jornal, de modo a prestigiar o sindicato como “organização indispensável na luta

dos trabalhadores”, assim como o recurso à greve, interpretado como um “instrumento legítimo de pressão” (Carvalho, 2012: 243-250).

Na contramão, periódicos como O Globo e O Jornal, este último integrante do conglomerado Diários Associados, apresentavam contornos elitistas de opinião pública, conforme Carvalho (2012). Em outras palavras, buscavam retirar credibilidade simbólica e política das camadas populares, concebidas como massas ignaras e irracionais, desapossadas, assim, de requisitos para incidir no delineamento da opinião pública (Carvalho, 2012).

Nesse estrito sentido, na esteira da avaliação oferecida por Barbosa (2010: 183), é plausível afirmar que a Última Hora se inseria, nos círculos jornalísticos, em uma disputa por hegemonia. Isto é, perseguia alcançar o *status* social e político de “fazer crer e prescrever, fazer reconhecer”, em concorrência com os conservadores esquemas de percepção social que marcavam parte da imprensa. Em meio a essa disputa simbólica, constantemente o jornal era submetido a classificações demonizantes pelos concorrentes: portador de um “conteúdo antinacional, comunista, que se contrapunha aos costumes do país”, na visão de O Jornal (Carvalho, 2012: 66). Sujeito a hostilidades e pressões de grupos empresariais nacionais e internacionais, por sua cosmovisão pretensamente identificada com o “comunismo”, de acordo com o relato feito por Morel (2014: 123).

A adesão de Última Hora às iniciativas, perspectivas e vicissitudes políticas do trabalhismo, não se deu sem tensões e ambiguidades. O próprio Wainer (2005: 322-323) acentua em sua autobiografia que, a despeito do compartilhamento de ideias com o getulismo nacionalista e trabalhista, possuía grandes apreensões com a radicalização esquerdista no governo João Goulart (1961-64).

Em suas palavras:

A força dos grupos radicais no interior do governo tornou-se tão aguda que passou a influenciar a própria linha da Última Hora, levando o jornal a defender teses que não eram as minhas (...). Mas não convinha transformar o jornal em porta-voz das minhas próprias ideias, uma vez que ele se incorporara ao esquema de sustentação do governo (Wainer, 2005: 323).

Com o advento do golpe civil-militar, as instalações do jornal foram depredadas e incendiadas, no Rio de Janeiro, em 2 de abril de 1964.² Wainer teve os direitos políticos cassados e partiu para o exílio. A Última Hora sofreria com inúmeras dificuldades financeiras e com as hostilidades da ditadura civil-militar instalada, transferindo o seu patrimônio, no curso do tempo, para outras empresas, inclusive do setor das comunicações.

O capital estrangeiro e as suas remessas de lucros: cenário e controvérsias

Após o fim da Segunda Guerra Mundial, os EUA foram alçados à condição de potência capitalista hegemônica, dotando sua moeda, o dólar, como parâmetro central do sistema de trocas comerciais no mundo. Países chamados de subdesenvolvidos, que tinham na produção primário-exportadora o eixo das suas economias, deparavam-se com constrangimentos expressivos para levar a cabo iniciativas de industrialização. Foi o caso das nações latino-americanas, que se encontravam imersas, segundo Noije e Pires (2014: 118), em “uma conjuntura internacional francamente adversa”. O Brasil, em particular, tendo no café o principal item da sua pauta de exportações, apresentava sérias dificuldades para “obter divisas através de um esforço exportador”, devido aos baixos preços dos bens primários no mercado mundial (Noije e Pires, 2014: 117).

Ainda segundo Noije e Pires (2014: 113), as décadas de 1950 e 1960 foram um período de “carência crônica de divisas” para o Brasil, gestando limites ao processo de industrialização, caracterizado pela dependência da “importação de bens de capital e insumos básicos”. Consoante a análise dos autores, o país recorreu “à poupança externa sob a forma de investimentos estrangeiros”. As controvérsias em torno desse acolhimento do capital externo foram significativas e não deixaram de repercutir aspectos da polarização internacional da Guerra Fria. As divergências acirraram-se precisamente a partir do governo Juscelino Kubitschek (1956-1960), em que a transnacionalização da economia brasileira foi acelerada.

De acordo com Campos e Rodrigues (2014), esquematicamente, duas cosmovisões se entrecrocaram. De um lado, uma perspectiva que “almejava submeter o desenvolvimento capitalista a um controle político que o transformasse em um verdadeiro desenvolvimento nacional”, visando “superar a segregação social e o domínio imperialista sobre a sociedade brasileira”. De outro, avaliações que preconizavam o fortalecimento do capitalismo, por meio da “associação das burguesias internas com o capital internacional, ao mesmo tempo em que funcionaria como força” social e politicamente “contrarrevolu-

lucionária” (Campos e Rodrigues, 2014: 381). Esta visão prevaleceu com o golpe civil-militar de 1964.

A limitação das remessas de lucros do capital estrangeiro representou um tema público gradativamente importante, entre outros, por conta das divisas escassas. As empresas multinacionais transferiam os lucros e dividendos em dólar, moeda que era adquirida no mercado brasileiro. Fenômeno que pressionava a balança de pagamentos do país e limitava a disponibilidade de moeda estrangeira para a satisfação de necessidades nacionais (Kucinski, 2000; Moniz Bandeira, 2006: 199). Entre 1946 e 1964, foi habitual a produção de normas oficiais visando à disciplina das remessas de lucros das companhias estrangeiras. Igualmente comuns foram as alterações ocorridas, sob diversos influxos, inclusive dos constrangimentos criados pelas multinacionais e pelo governo dos EUA.

Considerando os estímulos oficiais concedidos ao capital estrangeiro, alguns números prestam-se a ilustrar os seus crescentes ganhos. Segundo Noije e Pires (2014: 124), em meados da década de 1950 um mecanismo adotado foi a utilização de câmbios diferenciados. O investimento externo entrava no país pelo mercado livre (em que o dólar tinha cotação maior) e era remetido pela taxa oficial, cujo dólar era mais barato, em média demandando duas a três vezes menos moeda nacional para compra. Um artifício que sobrevalorizava os lucros e que permitia “recuperar o investimento inicial em quatro anos”. Levando em conta potenciais vantagens alcançadas após a ditadura civil-militar de 1964, são esclarecedoras as informações de Kucinski (2000: 72): “A Comissão Parlamentar de Inquérito de 1975, que examinou a atuação das multinacionais, verificou que a maioria delas havia remetido para o exterior, em apenas 10 anos, até quarenta vezes o capital inicialmente investido”.

Durante os anos 1950-60, os sujeitos individuais e coletivos sintonizados com uma perspectiva econômica liberal eram adeptos da adoção de estímulos aos investimentos externos no país. Posicionavam-se flagrantemente em reação às propostas e à tomada de posição dos defensores da limitação das remessas de lucros. Um destacado intelectual das hostes liberais, o economista Eugênio Gudin, colunista de O Globo, entendia que a questão do capital estrangeiro estava sendo “deturpada pela propaganda de um nacionalismo primário e extremamente danoso aos interesses do País”. Avaliava ainda que “só a burrice empedernida pode querer afastar a importante contribuição que o capital estrangeiro pode representar para nosso desenvolvimento”.³

Por seu turno, entidades empresariais posicionavam-se desfavoravelmente ao projeto de lei que disciplinava a remessa de lucros – aprovado pelo Congresso Nacional em 1962. A Confederação Nacional do Comércio e a Confederação Rural Brasileira assinalavam que “as fronteiras não devem ser fechadas a quantos desejam participar das atividades úteis ao progresso nacional”.⁴ A disciplina regulatória sobre as remessas era ressignificada como proibição à entrada de investimento externo, na retórica explorada pelos aludidos setores.

À esquerda, personagens que compartilhavam um imaginário nacionalista popular e anti-imperialista esposavam condicionantes aos investimentos externos. Um dos protagonistas da projeção pública do tema da limitação das remessas de lucros foi o trabalhista e deputado federal carioca Sérgio Magalhães. O parlamentar compreendia que o “propósito do capital estrangeiro era o de ‘operar a repatriação do capital e dos lucros fabulosos que auferem nos países de economia colonial’, amortizando o ‘investimento num prazo extremamente curto’”, convertendo o Brasil em um “quintal do imperialismo” (Silva, 2015: 76-77). Por sua vez, a Frente Parlamentar Nacionalista, frente interpartidária integrada em sua maioria absoluta por parlamentares do PTB, desde a sua formação, em 1956, conformava um dos principais agentes coletivos que exigia normas regulatórias sobre o capital estrangeiro.⁵

A limitação das remessas de lucros no jornal Última Hora

Os jornais cujas linhas editoriais comungavam valores liberais, do ponto de vista econômico, e conservadores, sob o prisma político, faziam encarniçada oposição às ideias nacionalistas e à tese da limitação das remessas de lucros. Assim, sobre o tema em relevo, o Correio da Manhã recorrentemente publicava matérias com conotação negativa, como a que segue: “Trata-se de uma iniciativa em parte estúpida, em parte inspirada por má-fé, que é capaz de derrubar o governo”, de João Goulart, “o regime e os últimos restos de capacidade de recuperação econômica e financeira do país”.⁶

Não é demasiado frisar que o noticiário desse segmento da imprensa acompanhava ações e debates empreendidos, especialmente na política institucional. A posição do referido setor da imprensa, no tocante à questão, apresentava nítidos contornos reativos. Era traço marcante a prioridade dada às opiniões da seara política e dos círculos empresariais, favoráveis à irrestrita participação dos investimentos externos.

No tocante à Última Hora, dotado de uma orientação popular e nacionalista, o jornal tinha posição editorial abertamente favorável ao controle sobre o capital estrangeiro, com críticas aos “arautos” dos investimentos externos. Tais investimentos tendiam a ser concebidos como uma “bomba de sucção” das riquezas nacionais.⁷ Vale ponderar que o tema da limitação das remessas de lucros tendia a ser, predominantemente, noticiado na editoria e nas colunas de opinião sobre política. Apesar de possuir duas colunas reservadas ao universo da economia – intituladas “Barômetro econômico” e “No mundo dos negócios” –, o tema não era demasiadamente explorado nessas seções. Aí ganhavam maior atenção cifras relativas aos balanços comercial e de pagamentos, assim como taxas de câmbio, convergindo com a análise feita por Lene (2007: 155), acerca da abordagem “essencialmente financeira/comercial do noticiário econômico, até a década de 1970”, na imprensa brasileira.

Distante da prevacente colonização da política pelos agentes do mercado, ao abordar o assunto limitação das remessas de lucros nas seções e colunas políticas, Última Hora operava com uma politização do tema e das questões econômicas, em geral. O periódico não dissociava as questões econômicas do debate público, nem as restringia a atores definidos como “especialistas”, tal como vigora no jornalismo predominante, atualmente alinhado com o imaginário – e a realidade – da prevalência das forças do capital (Barbosa, 2010: 222-224).

Enquanto jornal formado, em 1951, para dar apoio ao trabalhista e presidente Getúlio Vargas, com vistas a contribuir para a construção de uma “imagem popular do líder” (Siqueira, 2005: 55), Última Hora conviveu com as vicissitudes, os avanços e recuos das ações de Vargas e, posteriormente, da coalizão política que defendia, integrada por PTB e PSD – Partido Social Democrático (Wainer, 2005). Nos primeiros anos da década de 1950, a questão da limitação das remessas de lucros tendia a ser noticiada, e positivamente repercutida, com base nas intervenções políticas institucionais, em especial de personagens vinculados à corrente trabalhista. Em suas páginas, inicialmente, o poder de agenda em torno do assunto figurava sob o predomínio da voz dos políticos petebistas.

Em célebre discurso pronunciado ao final do ano de 1951, o presidente Vargas fez graves acusações às corporações estrangeiras instaladas no Brasil. Sublinhava a desproporção entre o capital forâneo investido e a soma de lucros obtidos no país (cerca de 200% sobre os recursos trazidos do exterior), que eram incorporados ao capital das empresas, sob o *status* de recursos es-

trangeiros disponíveis para remessas. Tais circunstâncias eram interpretadas pelo presidente “como exemplo de espoliação e de dilapidação do patrimônio nacional”. Sem desprezar a “contribuição do capital estrangeiro”, anunciou a necessidade de edição de um regulamento disciplinador,⁸ o que foi feito em 3 de janeiro de 1952. O discurso causou grande impacto na cena política, alcançando ponderável repercussão na imprensa.

Noticiando e reproduzindo o pronunciamento presidencial, Última Hora salientava que as corporações internacionais “violaram a lei para assaltar o Brasil”, consistindo em uma “espoliação sem exemplo na nossa história”.⁹ Afirmava o noticiário que o discurso de Vargas havia sido “histórico” e “impressionante”, por denunciar fatos “capazes de solapar as bases fundamentais do progresso do Brasil, proporcionando aos investimentos estrangeiros um caráter quase monopolístico”.¹⁰

O governo federal editou o decreto n. 30363/52, que autorizava as remessas de lucros em até 8% anuais, apenas sobre o capital efetivamente oriundo do exterior, com potencial nacionalização do capital registrado no país, compatível com os excedentes adicionais remetidos. O jornal louvava a medida regulatória e saudava os esclarecimentos feitos por Ricardo Janot, presidente do Banco do Brasil, destacando os propósitos de inibir a “desnacionalização da economia brasileira” e de “destruir ponto por ponto a argumentação dos advogados do retorno ilimitado dos capitais estrangeiros”.¹¹ Criticava aos “entreguistas” – isto é, partidários do capital estrangeiro –, que definiam os adeptos da limitação das remessas de lucros como “jacobinos” defensores de “uma solução nacionalista inviável”.¹²

Apoiando-me em reflexão desenvolvida por Laclau (2002), é possível afirmar que a retórica de Última Hora atribuía a um componente discursivo singular – as remessas ilimitadas dos lucros do capital estrangeiro – potenciais implicações universalizantes e danosas: as mazelas da economia do país e a abdicação do futuro enquanto nação. Uma nuance relevante na linha editorial do periódico.

O noticiário privilegiava as iniciativas do presidente e as vozes favoráveis à limitação das remessas de lucros, estritamente convergentes com o governo. Pouco espaço reservou em suas páginas a informar as pressões exercidas sobre o governo e os recuos que o próprio revelou, no que concerne ao tema da limitação das remessas de lucros. A Imprensa Popular, jornal mantido pelo Partido Comunista Brasileiro (PCB), ao contrário, veiculava com frequência notícias em torno das pressões oriundas dos EUA, que ameaçavam suspender “os investimentos no

Brasil caso não fosse modificada a lei do sr. Vargas”.¹³ Sublinhava ainda o periódico comunista a “tibieza” do presidente, ao flexibilizar as normas regulatórias sobre as remessas de lucros, beneficiando empresas que atuavam na prestação de serviços públicos, sem empregar os lucros na melhoria das atividades.¹⁴

O contraste com a imprensa comunista do período é oportuno, tendo em vista salientar que a Última Hora – após o discurso de Vargas, as primeiras iniciativas do governo federal e as suas repercussões – demonstrou uma significativa lacuna temporal no tratamento noticioso da questão. Apenas em janeiro de 1954 veio a abordar o assunto, em nota, registrando friamente mudanças introduzidas no decreto governamental disciplinador.¹⁵

Nesse sentido, tomando exclusivamente o tema limitação das remessas de lucros como foco, não é desrazoável argumentar que Última Hora atuava como apoio jornalístico ao governo, sujeito, pois, aos seus imperativos políticos. O jornal abordava o assunto em conformidade com o ritmo das ações, bem como em função das dificuldades do governo. O presidente Getúlio Vargas e a sua equipe de governo, portanto, tinham poder maior de agenda, consistindo nas vozes privilegiadas pela Última Hora. Com isso, tendia a iluminar a questão sob as luzes das ações governamentais e silenciá-la sob o ângulo das suas limitações. Por conseguinte, a capacidade de abordar a temática e de pautar o assunto no periódico, ficava, nesse período, reservada aos atores associados ao governo Vargas.

Todavia, o célebre discurso do presidente petebista e as iniciativas adotadas por seu governo, em que pesem contradições e expressivos recuos, representaram marcos importantes para o debate público a respeito do tema limitação das remessas de lucros. No curso dos anos, também a Carta-Testamento – que denunciava os “lucros extraordinários e espoliativos das empresas estrangeiras”¹⁶ – serviu como estímulo para projetar a questão na agenda pública.

Sem apresentar uma produção jornalística autônoma sobre os problemas que enredavam a participação do capital estrangeiro na economia nacional – o que diferia da linha editorial da imprensa comunista –, Última Hora, após o desaparecimento de Vargas, tendia mais a reportar considerações e iniciativas dos sujeitos individuais e coletivos que integravam os círculos empresariais e político-institucionais. Após longo silêncio sobre a temática, o periódico noticiou, em fevereiro de 1955, ponderações feitas por uma delegação da Câmara de Comércio de Detroit (EUA), que se encontrava em visita ao Brasil e cuja viagem se estenderia a demais nações latino-americanas. Segundo os seus representantes, “trazemos dólares” para

o Brasil, “mas queremos que seja livre a remessa de lucros”.¹⁷ Alguma visibilidade às ideias dos setores que se opunham à limitação das remessas passaria a fazer parte do noticiário, chamando a atenção do seu leitorado para os adversários da causa nacionalista.

Não obstante, foi a partir do ano de 1956 que o tema adentrou, efetivamente, as páginas de Última Hora. Começou a repercutir na Câmara dos Deputados a questão da limitação das remessas de lucros, por meio, em especial, das atividades de Sérgio Magalhães, deputado federal pelo PTB carioca. Magalhães foi um dos mais atuantes membros da Frente Parlamentar Nacionalista (FPN), além de vice-presidente da Câmara em 1959-1961. Formulou e defendeu uma miríade de projetos legislativos que visavam controlar a participação do capital estrangeiro na economia nacional, de sorte a favorecer o que concebia a “emancipação econômica frente ao imperialismo”. Instituir limitações à remessa de lucros das corporações estrangeiras constituiu o tema pelo qual o deputado ganhou notoriedade (Silva, 2015: 62-68). Personagem também decisivo para a projeção do tema da disciplina do capital estrangeiro na agenda pública.

As intervenções e os projetos parlamentares de Sérgio Magalhães conquistaram apoio e saliente repercussão no jornal. Um dos primeiros projetos apresentados por Magalhães proibia a oferta de câmbio privilegiado (oficial), com valor do dólar mais baixo, às remessas de lucros das corporações internacionais. Notícias veiculadas em dezembro de 1956 assinalavam a tomada de posição da Frente Parlamentar Nacionalista, que apoiava o projeto.¹⁸ Nesse sentido, de acordo com o enfoque jornalístico privilegiado pelo periódico, os “grupos estrangeiros” estavam a conspirar “contra o Brasil”.¹⁹

O projeto foi aprovado na Câmara dos Deputados, mas vetado pelo presidente Juscelino Kubitschek (PSD), no apagar das luzes do ano de 1956. Mesmo demonstrando adesão ao projeto do parlamentar trabalhista, o jornal não teceu críticas ao governo, pois o apoiava. Nos dias que transcorreram, chegou a asseverar que um “discurso de JK” abria “novas perspectivas para a batalha de emancipação nacional”.²⁰ Todavia, Sérgio Magalhães possuía ponderável espaço no jornal, tendo a sua voz e as suas ações registradas constantemente. Afirmava uma matéria que o deputado continuava a defender “com extraordinária tenacidade” a limitação das “remessas de lucros”. Para o parlamentar, o “resultado da política atual de remessa de lucros” revela que em “cerca de dez anos os investidores estrangeiros conseguem triplicar o capital invertido”, deixando “em situação de inferioridade os investidores nacionais”.²¹

Ademais, outra notícia veiculava considerações de Magalhães, que associavam a alta do custo de vida das classes populares à ilimitada remessa de lucros. Preconizava o trabalhista a “própria suspensão da remessa de lucros para o exterior”, com o objetivo de “estabilizar o custo de vida”.²² Já no final da década, em março de 1959, o deputado persistia tecendo tal associação, ressaltando que o “combate aos altos preços dos gêneros de consumo essencial” não poderia ser levado a cabo “sem a adoção de medidas de profundidade”, como a limitação das remessas de lucros.²³

Nesse intervalo de tempo, Magalhães apresentou projeto de lei que disciplinava os limites das remessas de lucros do capital estrangeiro em 8% ao ano, sobre o capital originalmente investido no país. Conceituava os reinvestimentos – recursos e lucros obtidos no mercado consumidor e de trabalho brasileiro – como “capital nacional em mãos de estrangeiros”. Aos reinvestimentos eram vedadas as remessas de lucros, de modo a nacionalizar o capital e a canalizá-lo em investimentos no país. Visava assegurar divisas e poupança interna (Silva, 2015). O projeto ganhou enorme repercussão pública, como teremos a oportunidade de observar adiante.

Sérgio Magalhães representou uma referência obrigatória, bem como agente contumaz no debate em torno do tema. Outro importante parlamentar que contribuiu para o reforço do tema nas pautas parlamentar e da imprensa foi o jornalista e deputado federal socialista Barbosa Lima Sobrinho (PSB/PE). Apresentou no mesmo período projeto sintonizado com o de Magalhães, denominado por Sobrinho como “Estatuto para o capital estrangeiro”. Na ótica de Última Hora, tratava-se de um “projeto-bomba” que iria “explodir na Câmara”, mas que tinha em vista coibir a “descapitalização do país” e “aliviar o povo”.²⁴ O jornal já tratava a questão dos lucros dos investimentos externos como um “problema candente”.²⁵

Concomitantemente a uma maior projeção do assunto na cena parlamentar, na Última Hora e, sobretudo, nas hostes das esquerdas, os últimos anos da década de 1950 refletiram, no noticiário, a sua inclusão na pauta dos movimentos sociais. Líderes sindicais dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Pernambuco e do Distrito Federal (a atual cidade do Rio de Janeiro), reuniram-se, em novembro de 1958, com o presidente Kubitschek, para a apresentação de reivindicações e sugestões ao governo. Dentre outros itens de pauta, figuravam a isenção de impostos e o congelamento de preços dos gêneros de primeira necessidade, a nacionalização dos bancos estrangeiros, o estabelecimento de relações comerciais com todos os países, inclusive do

bloco comunista, e a “limitação da remessa de lucros na proporção do capital realmente originário do exterior”.²⁶

Adicionalmente, a eleição presidencial de outubro de 1960 começava a se avizinhar e as candidaturas incorporaram a temática da limitação das remessas de lucros aos seus programas eleitorais, dando maior visibilidade à questão. Em particular, a chapa nacionalista – que contou com o apoio do PCB –, formada pelo marechal Henrique Teixeira Lott (PSD), candidato à Presidência, e por João Goulart (PTB), a vice, posicionou-se decididamente favorável à aprovação dos projetos defendidos pelos deputados Sérgio Magalhães e Barbosa Lima Sobrinho. Constantemente Lott alegava que era necessário “fortalecer a economia nacional”, tomando o tema da limitação das remessas como eixo de campanha.²⁷

Por sua vez, Goulart, também na condição de presidente do diretório nacional do PTB, afirmava que o seu partido oferecia “integral apoio” ao projeto parlamentar do correligionário, Sérgio Magalhães. Entre outras razões, por ver nos “fenômenos da constante diminuição do valor real dos salários e do empobrecimento geral do país” resultados do “atual sistema de remessas de lucros para o estrangeiro”.²⁸ Um “sistema”, segundo Goulart, que vinha “sangrando a economia brasileira em proveito dos que ainda hoje nos querem colonizar”.²⁹ Lott convergia com a avaliação do aliado, ressaltando que os capitais estrangeiros “saem à vontade, sugando a economia nacional”. Em outra notícia, sublinhava: “Antes o sacrifício que pedir esmola aos estrangeiros”.³⁰ A posição da candidatura nacionalista dava novo fôlego ao tratamento do assunto na Câmara dos Deputados, com a FPN afirmando que os nacionalistas deveriam “travar vigorosa luta parlamentar a favor do projeto de Magalhães”, bem como combater “os elementos entreguistas”.³¹

A partir do ano de 1959 ocorreu uma incorporação definitiva do tema da limitação das remessas de lucros na agenda pública. A sua popularização foi crescente, sendo recorrente o registro de iniciativas e mobilizações populares, sindicais e estudantis, na produção jornalística e que concebiam a necessidade de controle sobre o capital estrangeiro enquanto relevante item de reivindicações. A esse respeito, em setembro de 1959 a União Nacional dos Estudantes (UNE) promoveu uma série de comícios no Largo do Machado (Rio de Janeiro), junto com integrantes da FPN, intitulada “Mês de reivindicações nacionais”. Uma semana de debates foi dedicada a tratar da “regulamentação dos capitais estrangeiros”.³² Em novembro do mesmo ano, confederações, federações e sindicatos dos trabalhadores organizaram uma conferência nacional para debater questões

corporativas, sociais, políticas e econômicas, de sorte a convertê-las em eixo de “pressão sobre o Congresso Nacional”. Como “ponto alto” da conferência, Última Hora noticiava as “moções em defesa da economia nacional” e o apoio à “disciplina da remessa de lucros para o exterior”.³³

De igual maneira, convenção nacional dos bancários, ao mesmo tempo em que discutia temas relativos aos interesses imediatos da categoria – como contrato coletivo e regulamentação do direito de greve –, demandava “a relação comercial e de amizade com todos os povos do mundo”, assim como “a regulamentação das remessas de lucros para o exterior e a nacionalização dos depósitos bancários”.³⁴ Por sua vez, os metalúrgicos promoveram uma conferência latino-americana em Volta Redonda (RJ). Apresentaram um programa de ação que preconizava a “redução da jornada de trabalho para 40 horas semanais, amplo direito de greve, reforma agrária e limitação das remessas de lucros”.³⁵

Com efeito, importa frisar as atividades dos trabalhistas e dos comunistas, em especial, no movimento sindical. De acordo com Delgado (1989: 265), o PTB e o PCB conformaram as duas “agregações partidárias que maiores influências exerceram no desencadear das lutas e mobilizações sindicais que tanto marcaram a conjuntura”. Na concepção de Silva (1999), as lideranças sindicais comunistas e trabalhistas alcançaram êxitos e eram tidas como legítimas entre os trabalhadores devido “ao enraizamento na experiência de classe” que possuíam.

Talvez não seja demasiado observar que tendeu a ocorrer uma articulação entre problemas cotidianos e questões políticas e econômicas abrangentes, como se pode identificar nas demandas de estratos da classe trabalhadora noticiadas por Última Hora. É plausível que traduzam um fenômeno que a filosofia gramsciana interpreta como a conversão de uma visão corporativa, restrita ao microuniverso da categoria profissional, em um esquema de percepção político. Isto é, a expressão da capacidade de incidir sobre os rumos da política e da vida econômico-social da coletividade. Crescia a força de intervenção das classes populares na formação da opinião e da agenda públicas. A Última Hora não deixava de contribuir em tal processo, acolhendo a voz dos trabalhadores em suas páginas, reconhecendo-os como sujeitos políticos e sociais legítimos, portadores de direitos e de dignidade.

No compasso da projeção do tema na agenda pública, não faltaram as intervenções de agentes associados às corporações internacionais e ao governo norte-americano. Em outubro de 1960, Jânio Quadros consagrou sua vitória

eleitoral para a Presidência da República – apoiado pela “entreguista” União Democrática Nacional (UDN) – e também defendeu a limitação das remessas de lucros dos investimentos externos. O embaixador dos EUA, John Moors Cabot, em discurso pronunciado na Escola Superior de Guerra, denotando expressivo sabor anticomunista, refutava a “opinião” nacionalista de que “o perigo para o Brasil vem dos Estados Unidos. Esse perigo vem da Rússia, desde que os bolcheviques tomaram o poder”. Ademais, assegurava que “os lucros das empresas americanas no Brasil não são tão intensos como frequentemente os pintam” e que o “controle da remessa de lucros de firmas estrangeiras deve ser usado com sabedoria e não com mão pesada”.³⁶

Ao final do ano de 1960 o projeto de lei que limitava a remessa de lucros do capital estrangeiro entrou decisivamente na pauta do Congresso Nacional.³⁷ Mesclando projetos dos deputados federais Sérgio Magalhães e Barbosa Lima Sobrinho, o também parlamentar Celso Brant (PR/MG), integrante da Comissão de Finanças da Câmara dos Deputados, inaugurou uma nova etapa das discussões em torno da disciplina do capital estrangeiro na esfera pública. O projeto tramitou no Congresso desde 1961, sendo finalmente aprovado em setembro de 1962. O tema era noticiado frequentemente pela Última Hora, que registrava o processo de tramitação, os recuos e avanços na Câmara e, especialmente, no Senado Federal, reticente em aprová-lo. Igualmente não deixava de noticiar as inúmeras manifestações sindicais e estudantis em defesa da aprovação do projeto legislativo, sempre incluído no rol das “batalhas sindicais” e das “reivindicações urgentes”.³⁸

O enquadramento das matérias jornalísticas – isto é, os “ângulos que permitem ordenar e interpretar os fatos registrados”, conforme contornos conceituais delineados por McCombs (2009) – atribuía à ilimitada remessa de lucros do capital estrangeiro a perniciosa condição de um “assalto ao país”.³⁹ O projeto de lei disciplinador assumia um caráter libertador na retórica de Última Hora (uma nova “lei áurea”), assim como foi positivamente concebido como a “primeira reforma de base aprovada pela Câmara”.⁴⁰

Com a renúncia de Quadros, o vice João Goulart assumiu a Presidência, em setembro de 1961, sob forte tensão política promovida com a tentativa de ruptura institucional pelas forças militares e civis conservadoras. Última Hora destacava em manchete, assim que ocorreu a posse do presidente trabalhista, o apelo de Goulart ao Congresso Nacional para aprovar medidas que viriam a constituir diretrizes do seu governo: “Jango conclama o parlamento a votar reforma agrária, lei antitruste e remessa de lucros”.⁴¹ Por outro lado, as hosti-

lidades empresariais ao projeto de lei não foram pequenas, conforme noticiava a posição do setor, em matéria intitulada “Entidades das classes produtoras contra projeto da remessa de lucros”. Na avaliação crítica – e ameaçadora – dos integrantes das entidades burguesas:

O projeto demagógico rotulado de remessas de lucros em realidade só se preocupa com esse ponto ligeiramente. O que ele de fato cria são monopólios contra o povo – para a eliminação da concorrência (...). Trará como consequências: 1. Redução da taxa de desenvolvimento econômico do Brasil. 2. Desestímulo à vinda de novos capitais. 3. Fuga de diversas indústrias existentes no Brasil (...). 5. Desemprego em massa dos trabalhadores brasileiros.⁴²

O Estado de S. Paulo, explicitamente favorável ao acolhimento irrestrito dos investimentos externos, desqualificava o projeto como uma ideia “tipicamente totalitária”.⁴³ Última Hora, por sua vez, defendia o projeto e denunciava as pressões exercidas sobre o presidente Goulart para vetá-lo. Segundo o periódico, tratavam-se de “telegramas dirigidos ao presidente da República” e de “contatos diretos com figuras importantes do governo. Tudo com uma cobertura de jornais ligados a interesses de firmas estrangeiras”.⁴⁴

Cumprido sublinhar que Última Hora veiculava considerações críticas à linha editorial dos jornais conservadores, desempenhando, em parte, um padrão de ativismo midiático que Braga (2012: 43-45), com foco na internet, denominou como “auditoria social e observatório da imprensa”. Isto é, a realização da crítica aos “processos comunicacionais tendenciosos dos grandes meios”, visando ao “exercício da cidadania”. Era muito comum as páginas do jornal estamparem análises contestadoras do noticiário dos veículos liberais-conservadores.

O tema continuou a manter relevância na pauta do jornal e na agenda pública. Promulgada a lei em 4 de setembro de 1962, uma nova etapa do noticiário, das discussões políticas e das mobilizações populares girou em torno da regulamentação e da aplicação da lei. O Comando Geral dos Trabalhadores (CGT) – importante plataforma intersindical e nacional representativa dos trabalhadores – configurou especial sujeito mobilizatório e reivindicativo em prol da regulamentação e execução da lei. Noticiando greve realizada em setembro de 1962, o jornal reproduzia os argumentos e as demandas do CGT: “Fomos à greve para lutar contra a ação criminosa das forças pró imperialistas

e latifundiárias, contra os entreguistas”. Ademais, afirmava que a greve visava “exigir a efetivação de soluções reais de problemas que tanto afligem o povo: pela imediata elevação de 100% do salário mínimo, pela realização da reforma agrária” e pela “aplicação efetiva da lei que disciplina a remessa de lucros para o exterior”.⁴⁵ A pauta de reivindicações do CGT, apresentada em reuniões com o presidente Goulart e em apelos à mobilização dos trabalhadores, sempre incluía a questão, até o período da regulamentação da lei de remessas de lucros.⁴⁶

Sistematicamente, Última Hora também noticiava com destaque as intervenções do presidente Goulart, configurando o exercício de uma espécie de intermediária entre o governo e os trabalhadores, com manchetes garrafais como as que seguem: “Jango responde aos trabalhadores: ministério garante urgência às reformas que o povo exige”.⁴⁷ Ou, por outra: “Jango: ‘não podemos cortar a inflação na própria carne do povo, enquanto o uísque e a Coca-Cola gozam de favores cambiais’”.⁴⁸ Nos meses que transcorreram até a edição do decreto presidencial regulamentador (n. 53451, de 20/01/1964), contendo parâmetros convergentes com o projeto original do deputado trabalhista Sérgio Magalhães, foi habitual a publicação de matérias que registravam a intenção do governo em regulamentar a lei. Ora se noticiava que “Jango quer urgência para remessa de lucros”⁴⁹, ora eram registrados prazos oferecidos pelo governo, habitualmente estendidos.⁵⁰ Ora assinalava-se em primeira página alguma categoria descritiva, mobilizada por Goulart, depreciando as ilimitadas remessas de lucros do capital estrangeiro: “Jango: Basta de espoliação”.⁵¹

Nesse íterim, o jornal veiculava informações a respeito das constantes pressões sofridas pelo governo Jango, particularmente provenientes de “grupos” que provocam “visitas de personalidades e políticos estrangeiros”, como a delegação dos EUA “à Conferência Interamericana Econômica e Social”, que se realizou em São Paulo. Na interpretação de Última Hora, “para quem sempre utilizou o Brasil como campo para emprego livre de capital, país que proporcionava, em um só ano, lucros superiores ao capital empregado, a lei de limitação de lucros” é considerada “restritiva e radical”.⁵²

Em janeiro de 1964 a lei foi regulamentada pelo governo. A manchete estampada na primeira página denotava um enquadramento sobremodo ilustrativo do posicionamento de Última Hora: “Jango assina em Petrópolis lei que Vargas sonhou – Ponto final à sangria da remessa de lucros”. A legenda da foto que acompanhava a manchete era igualmente reveladora: “Povo assiste ao ato histórico”.⁵³ Expressão de um compartilhamento jornalístico de ideias e

categorias de percepção sintonizadas com uma cosmovisão política trabalhista, nacionalista, popular e anti-imperialista. Na esteira das saudações à medida adotada pelo presidente Goulart, também o CGT e a Confederação Nacional dos Trabalhadores da Indústria (CNTI) manifestaram a “satisfação da classe operária”, em “clima de emoção cívica”.⁵⁴

Não houve muito tempo para comemoração, nem para a aplicação da lei disciplinadora. As forças militares, políticas e civis conservadoras avançaram com a conspiração golpista, que destituiu o presidente e rompeu com o regime constitucional de 1946. Nos estertores do governo, em pronunciamento feito em 30 de março de 1964 – para sargentos das Forças Armadas, no Rio de Janeiro –, Goulart deixava entrever a desestabilização que a lei da limitação das remessas de lucros havia provocado:

A crise, que nesta hora se manifesta no País, (...) foi provocada pela minoria de privilegiados que vive de olhos voltados para o passado e teme enfrentar o luminoso futuro que se há de abrir para a nossa democracia, pela integração de milhões de brasileiros. Eles deverão ser integrados na sociedade e libertados da penúria (...). Se os sargentos me perguntarem de onde surgem tantos recursos para campanha tão poderosa, eu diria (...) que é o dinheiro dos profissionais da remessa de lucros, é o dinheiro manchado pelo interesse enorme do petróleo internacional e de companhias nacionais; (...) é o dinheiro dos grandes laboratórios.⁵⁵

Após a ruptura do regime democrático, Roberto Campos – ministro do Planejamento do governo ditatorial do marechal Castelo Branco –, em julho de 1964, revelou a intenção de alterar a lei da remessa de lucros do depósito governo do presidente João Goulart. O ministro assinalou a existência de um caráter “policialesco” na lei e entendia que estava assentada em “teses da esquerda”, ciosas pelo “perecimento do capitalismo” no país.⁵⁶ A lei da limitação da remessa de lucros sofreu, então, dois conjuntos de alterações jurídicas, em agosto de 1964 e em fevereiro de 1965, anulando os preceitos regulatórios (Silva, 2015).

Considerações finais

O tema da limitação das remessas de lucros do capital estrangeiro, durante as décadas de 1950 e 1960, seguiu um caminho sinuoso, até consistir em relevante item da agenda pública. Como chama a atenção a perspectiva teórica de Hawlett (2000: 169), a relação entre opinião pública e agendas pública e de governo não é linear. Fenômeno possível de constatar no recorte temporal selecionado. Um processo de retroalimentação entre tomadas de posição apresentadas pela imprensa e por sujeitos, individuais e coletivos, da política institucional e da sociedade civil, convergiu para a inclusão e a repercussão do tema na agenda, conformando uma ambiência favorável à conversão em instrumento legal.

Última Hora, bem como as ações de estudantes e ativistas de esquerda – trabalhistas e comunistas – no movimento sindical, contribuíram para iluminar o assunto. Iniciativas de atores da política institucional, sobretudo trabalhistas, incidiram sobremaneira no processo. A imprensa liberal-conservadora (independentemente de sua linha editorial), em função da projeção social e política alcançada pela questão da disciplina das remessas de lucros, viu-se impelida a noticiar e a repercutir o assunto, mesmo que sob enquadramentos demeritórios.

O processo de seleção e de projeção obtida pelo tema da limitação das remessas de lucros, em boa medida, pôde ser levado a cabo devido à existência de um setor de comunicações não oligopolizado. Diferentes agentes individuais e coletivos colaboraram para a repercussão do assunto na esfera pública, incluindo o jornalismo da Última Hora. Vozes e setores subalternizados na sociedade – como também questões secundarizadas ou desqualificadas pelos meios empresariais e liberais-conservadores de comunicação –, dispunham de margens de intervenção no processo de construção da agenda pública.

Um fenômeno que o atual panorama oligopolizado do setor de comunicações do país guarda significativa distância, correspondendo a um legado antidemocrático da ditadura, que tinha em vista incrementar a transnacionalização da economia brasileira e silenciar as esquerdas e os movimentos sociais nacionalistas, anti-imperialistas e reformistas.

Notas

1. Folha de S. Paulo. “A visão de Jango”. São Paulo, 02/04/2014.
2. O Cruzeiro. “Guanabara hora a hora”. Rio de Janeiro, 10/04/1964. Disponível em: http://www.memoriaviva.com.br/ocruzeiro/10041964/100464_6.htm, acesso em 08/09/2015.
3. Gudin, Eugênio. “Capital estrangeiro”. O Globo, Rio de Janeiro, 20/11/1959, p. 2.
4. O Globo. Rio de Janeiro, 2/12/1961, p. 6.
5. O Semanário. Rio de Janeiro, ano I, n. 34, 1956, p. 9.
6. Correio da Manhã. Rio de Janeiro, 03/12/1961, p. 1.
7. Última Hora. Rio de Janeiro, 13/11/1961, p. 4.
8. Última Hora. Rio de Janeiro, 02/01/1952, p. 6.
9. Idem.
10. Última Hora. Rio de Janeiro, 04/01/1952, p. 4.
11. Idem.
12. Última Hora. Rio de Janeiro, 05/02/1952, p. 6.
13. Imprensa Popular. Rio de Janeiro, 24/01/1952, p. 1.
14. Idem.
15. Última Hora. Rio de Janeiro, 06/01/1954, p. 3.
16. Vargas, Getúlio. “Carta-Testamento”, 24/08/1954. Disponível em: <http://www0.rio.rj.gov.br/memorialgetuliovargas/conteudo/expo8.html>, acesso em 24 jul. 2015.
17. Última Hora. Rio de Janeiro, 25/02/1955, p. 4.
18. Última Hora. Rio de Janeiro, 04/12/1956, p. 6. Última Hora. Rio de Janeiro, 05/12/1956, p. 15.
19. Última Hora. Rio de Janeiro, 04/12/1956, p. 6.
20. Última Hora. Rio de Janeiro, 28/12/1956, p. 10. Última Hora. Rio de Janeiro, 02/01/1957, p. 2.
21. Última Hora. Rio de Janeiro, 23/03/1957, p. 2.
22. Última Hora. Rio de Janeiro, 09/10/1958, p. 6.
23. Última Hora. Rio de Janeiro, 13/03/1959, p. 4.
24. Última Hora. Rio de Janeiro, 02/03/1959, p. 3.
25. Última Hora. Rio de Janeiro, 17/03/1959, p. 2.
26. Última Hora. Rio de Janeiro, 26/11/1958, p. 8.
27. Última Hora. Rio de Janeiro, 16/03/1959, p. 1. Última Hora. Rio de Janeiro, 20/03/1959, p. 3.
28. Última Hora. Rio de Janeiro, 02/04/1959, p. 3.
29. Última Hora. Rio de Janeiro, 02/05/1959, p. 2.
30. Última Hora. Rio de Janeiro, 25/05/1959, p. 12. Última Hora. Rio de Janeiro, 11/02/1960, p. 4.
31. Última Hora. Rio de Janeiro, 11/07/1959, p. 4.
32. Última Hora. Rio de Janeiro, 07/09/1959, p. 4.
33. Última Hora. Rio de Janeiro, 23/11/1959, p. 4.
34. Última Hora. Rio de Janeiro, 29/03/1960, p. 2.
35. Última Hora. Rio de Janeiro, 26/08/1960, p. 8.
36. Última Hora. Rio de Janeiro, 07/10/1960, p. 4.
37. Última Hora. Rio de Janeiro, 18/11/1960, p. 2.
38. Última Hora. Rio de Janeiro, 16/01/1961, p. 10. Última Hora. Rio de Janeiro, 18/02/1961, p. 7. Última Hora. Rio de Janeiro, 18/04/1961, p. 9. Última Hora. Rio de Janeiro, 26/01/1961, p. 2. Última Hora. Rio de Janeiro, 13/12/1961. Última Hora. Rio de Janeiro, 11/06/1962, p. 2. Última Hora. Rio de Janeiro, 18/06/1962, p. 11.
39. Última Hora. Rio de Janeiro, 01/12/1961, p. 5.

40. Última Hora. Rio de Janeiro, 30/11/1961, p. 4. Última Hora. Rio de Janeiro, 01/12/1961, p. 5.
41. Última Hora. Rio de Janeiro, 19/09/1961, p. 1.
42. Última Hora. Rio de Janeiro, 14/12/1961, p. 5.
43. O Estado de S. Paulo. São Paulo, 12/12/1961, p. 4.
44. Última Hora. Rio de Janeiro, 22/08/1962, p. 4.
45. Última Hora. Rio de Janeiro, 17/09/1962, p. 2.
46. Última Hora. Rio de Janeiro, 27/05/1963, p. 11. Última Hora. Rio de Janeiro, 06/06/1963, p. 2. Última Hora. Rio de Janeiro, 01/10/1963, p. 8.
47. Última Hora. Rio de Janeiro, 06/02/1963, p. 1.
48. Última Hora. Rio de Janeiro, 15/02/1963, p. 1.
49. Última Hora. Rio de Janeiro, 28/10/1963, p. 4. Última Hora. Rio de Janeiro, 09/01/1964, p. 1. Última Hora. Rio de Janeiro, 15/01/1964, p. 1.
50. Última Hora. Rio de Janeiro, 08/09/1963, p. 10.
51. Última Hora. Rio de Janeiro, 01/11/1963, p. 1.
52. Última Hora. Rio de Janeiro, 20/11/1963, p. 4.
53. Última Hora. Rio de Janeiro, 18/01/1964, p. 1.
54. Última Hora. Rio de Janeiro, 24/02/1964, p. 1.
55. Última Hora. Rio de Janeiro, 31/03/1964, p. 2.
56. O Estado de S. Paulo. São Paulo, 08/07/1964, p. 1.

Referências

- BARBOSA, M. *História cultural da imprensa: Brasil – 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2ª ed., 2010.
- BRAGA, J. L. La política de los internautas es producir circuitos. In: CARLÓN, M. e NETO, A. F. (Orgs.). *Las políticas de los internautas*. Buenos Aires: La Crujía, 2012. p. 43-60.
- CAMPOS, F. A. e RODRIGUES, F. H. L. Transnacionalização do capital e os limites do desenvolvimentismo: um diálogo com Celso Furtado sobre a experiência brasileira. *História econômica e História de empresas: ABPHE*, v.17, n. 2, 2014. p. 377-414.
- CARVALHO, A. C. *A rede da democracia*. Niterói: EdUFF; Nitpress, 2010.
- _____. *O caso Última Hora e o cerco da imprensa ao governo Vargas*. Niterói: EdUFF; Nitpress, 2012.
- DELGADO, L. A. N. *PTB – do getulismo ao reformismo*. São Paulo: Marco Zero, 1989.
- HAWLETT, M. A dialética da opinião pública: efeitos recíprocos da política pública e da opinião pública em sociedades democráticas contemporâneas. *Opinião Pública: Unicamp, Campinas*, v. VI, n. 2, 2000. p. 167-186.
- FERNANDES, F. *A revolução burguesa no Brasil*. 5ª ed. São Paulo: Globo, 2005.
- FERREIRA, J. *O imaginário trabalhista*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

KUCISNKI, B. *Jornalismo econômico*. 2ª ed. São Paulo: EdUSP, 2000.

LACLAU, E. *Misticismo, retórica y política*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2002.

LENE, H. Jornalistas de economia no Brasil: juventude, formação especializada e relações de parentesco no mercado de trabalho. In: RIBEIRO, A. P. G. e FERREIRA, L. M. A (Orgs.), *Mídia e memória*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. p. 155-176.

MCCOMBS, M. *A teoria da agenda*. Petrópolis: Vozes, 2009.

MIGUEL, L. F. *Democracia e representação*. São Paulo: Unesp, 2014.

MONIZ BANDEIRA, L. A. *Formação do império americano*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

MOREL, E. *O golpe começou em Washington*. 2ª ed. Jundiaí-SP: Paco Editorial, 2014.

NOIJE, P. V. e PIRES, J. M. Restrição de divisas e política cambial no Brasil no pós segunda guerra mundial. *Pesquisa & Debate*: PUC-SP, v.25, n.1(45), jan./jun. 2014. p. 112-134.

SILVA, F. T. Direitos, política e trabalho no porto de Santos. In: FORTES, A.; NEGRO, A. L.; SILVA, F. T. et al. (Orgs.). *Na luta por direitos: estudos recentes em história social do trabalho*. Campinas: Editora da Unicamp, 1999. p. 51-86.

SILVA, R. B. Em busca de uma esquerda esquecida: o nacionalismo trabalhista de Sérgio Magalhães. *Achegas.net – Revista de Ciência Política*: Rio de Janeiro, n. 47, jan./jul. 2015. p. 60-85.

SIQUEIRA, C. A novidade que faltava: sensacionalismo e retórica política nos jornais Última Hora, O Dia e Luta Democrática no segundo governo Vargas (1951-1954). *Revista Eco-Pós*: UFRJ, Rio de Janeiro, v. 8, n. 2, 2005. p. 46-66.

WAINER, S. *Minha razão de viver*. São Paulo: Planeta, 2005.

Resumo

O artigo tem como objeto de análise o popular e nacionalista periódico Última Hora. Trata-se de um jornal que contribuiu para a veiculação das ideias trabalhistas e nacionalistas, bem como para noticiar questões sociais, políticas e econômicas sensíveis aos estratos sociais subalternos. O período priorizado consiste nos anos de 1952 a 1964 e tem em vista permitir a identificação da projeção alcançada na agenda pública por um assunto, em especial: a limitação das remessas de lucros do capital estrangeiro. Objetivo adicional é evidenciar o papel da Última Hora no processo de construção da agenda pública do período.

Palavras-chave

História da Imprensa - Última Hora - Opinião pública - Nacionalismo - Golpe civil-militar de 1964.

Abstract

The article analyzes the popular and nationalist newspaper Última Hora. This is a newspaper that has contributed to the placement of laborist and nationalist ideas and for reporting social, political and economical to subordinate social strata. The prioritized period intends to focus on the years from 1952 to 1964 and aims to identify the projection in the agenda by a subject, in particular: the limitation of foreign capital profit remittances. An additional objective is to highlight the role of the Última Hora in the process of construction of the agenda of the period.

Keywords

History of the Press - Última Hora - Public Opinion - Nationalism - Civil-military coup of 1964.

Publicidade, relações públicas, valor & comunicação de *marketing*: “o futuro da comunicação é um modo de pensar o futuro do desejo”¹

Jorge Tadeu B. Leal

**O presente é uma ilusão porque só
podemos vê-lo como passado e futuro.**
Santo Agostinho

A posição central que a mensagem publicitária ocupa no sistema de comunicação de massa faz com que tenha sido objeto de um sem-número de estudos e análises que tentam dela se aproximar tanto pelo viés técnico como pelo psicológico, sociológico, antropológico, histórico ou fenomenológico. Trata-se de uma forma de expressão que pode ser considerada como onipresente no mundo capitalista industrial, com a qual todos convivem necessariamente e sem a qual seria inviável pensar a organização de uma sociedade, de uma cidade, de um país.

A persuasão sempre esteve presente nas sociedades humanas. Mas a publicidade, em sua forma atual, estruturada em função de um sistema de comunicação de massa, correspondendo ao sistema de produção e distribuição em massa de mercadorias, aconteceu, de fato, da forma como a vemos hoje, na segunda metade do século passado. Ela possui condicionantes históricos que remontam à revolução industrial.

Para começar, como diria Voltaire, convém definir os termos. Faremos uma distinção entre, por um lado, a noção de prática e mensagem *publicitárias*, que possuem uma capacidade informativa, uma força persuasiva e um caráter comercial e, por outro, a prática e mensagem de *propaganda*, que apresentam os aspectos informativo e persuasivo, mas trabalham o caráter ideológico.

Como foi demonstrado pela professora Neusa Demartini no XXI Congresso Brasileiro da Intercom, realizado em Recife em 1998, há uma confusão

generalizada com relação à utilização dos termos publicidade e propaganda. Isso é decorrência do uso indiscriminado, tanto através da atividade técnica como da produção acadêmica, que não estabelecem clara distinção entre os dois ou, ainda, têm constantemente contribuído para a manutenção desse estado de coisas. Quer dizer, a confusão está institucionalizada tanto no meio acadêmico como no profissional (Demartini, 1998).

O código brasileiro de autorregulamentação publicitária, por exemplo, define todas as atividades ligadas à publicidade e propaganda – agências (que se dizem de publicidade e propaganda indiscriminadamente), veículos, anunciante, etc. Só não define o que é publicidade e o que é propaganda. O dicionário Aurélio Buarque de Holanda, nos respectivos verbetes, define publicidade como propaganda e propaganda como publicidade.

Publicidade: calcado no francês “publicité: 1. qualidade do que é público: a publicidade dum escândalo. 2. caráter do que é feito em público: a publicidade dos debates judiciais. 3. a arte de exercer uma ação psicológica sobre o público para fins comerciais ou políticos; propaganda.

Propaganda: do latim *propaganda*, do gerúndio de *propagare*, coisas que devem ser propagadas; propagação de princípios, ideias, conhecimentos ou teorias; sociedade vulgarizadora de certas doutrinas; publicidade (Ferreira, 2004).

Embora no Brasil a confusão seja generalizada, ao contrário do que acontece em todo o mundo e mesmo nos países hispano-americanos, como Argentina e Uruguai, a indexação e a definição precisa das duas atividades são necessárias para a compreensão e análise de contextos distintos de operações e de construções expressivas. Não obstante, considero a diferenciação das funções comercial e ideológica como dimensões que coexistem na prática da construção e das consequências das duas atividades. Nem a publicidade, ao operar comercialmente, deixa de ser ideológica, nem a propaganda, ao atuar no plano ideológico, o faz sem vínculo com os aspectos comerciais e financeiros que regem a estruturação atual do mundo.

O professor Fred Tavares em “Publicidade e consumo: a perspectiva discursiva” (2006: 119) define bem o *corpus* da mensagem publicitária:

A publicidade é uma mensagem paga veiculada nos meios de comunicação (mídia) com objetivo de se vender um produto ou serviço, sob a forma de uma marca comercial, para um público-alvo (consumidor) utilizando-se recursos linguísticos e estilísticos de ordenação, persuasão e sedução através de apelos racionais e emocionais.

A necessidade de estabelecer a distinção entre os termos se deve ao fato de que todas as considerações feitas neste trabalho correspondem ao que foi definido como atividade publicitária. Isto inclui não apenas o objetivo comercial característico desta ação, mas também o seu aspecto de utilidade pública, considerando as iniciativas de mensagens que não possuem um caráter propriamente ideológico embora visem a produzir algum comportamento.

O lugar da publicidade

Em *Magia e capitalismo*, o professor Everardo Rocha caracteriza a situação de mediadora da publicidade no sistema capitalista com relação aos domínios da produção e do consumo, domínios em que a imagem do produto assumiria condições inteiramente diferentes. Do lado da produção, esta imagem estaria associada à serialidade, à anulação de qualquer aspecto humano, totalmente impessoal, jogada no anonimato, na indistinção, onde o ritmo do processo de trabalho se dá através das máquinas, da tecnologia. Nele, tal como observado por K. Marx em *O capital*, “o homem se conforma, assim, à máquina, neste jogo de engrenagens, óleo e escravidão”.

No outro lado, o do consumo, a imagem do produto é humanizada, associada aos valores humanos, na busca da atribuição de uma identidade, de uma personalidade. Aqui o produto entra nas relações humanas e será definida a sua trajetória social. Segundo a visão de Everardo Rocha (1995), a publicidade é a operadora dessa conversão: “cala” o produto bruto, cru, e faz “falar” o bem de consumo, devidamente humanizado, portador de uma identidade.

A noção da publicidade como atividade econômica auxiliar, como principal instrumento promotor da demanda no sistema de produção, distribuição e consumo de massa é uma constante, seja por parte do senso comum seja nos trabalhos acadêmicos que têm como foco a atividade publicitária.

Dela destoa a abordagem de Louis Quesnel, no trabalho *A publicidade e sua "filosofia"* (1974). Ao entendê-la não como uma atividade econômica tal como qualquer outra, Quesnel qualifica os publicitários como “agentes culturais importantes, embora às vezes inconscientes do seu papel nas sociedades industriais modernas”, chegando a esboçar o pensamento de que “a publicidade poderia transformar-se em toda a filosofia de um mundo sem filósofos” (p. 79-93). Quesnel demonstra como a publicidade funciona como instituição cultural para o autodesenvolvimento da civilização industrial numa sociedade de consumo e se coloca de forma bem corajosa para a época, levando-se em consideração que o seu posicionamento questionava o pensamento intelectual médio francês com relação à atividade publicitária. Faz um importante questionamento quanto ao fato de que, em vez de os profissionais considerarem a publicidade um “bezerro de ouro” ou, os intelectuais, um “bode expiatório”, não se desenvolvia um trabalho de contracampanhas publicitárias destinadas a orientar a opinião pública.

Na mesma época, no livro *O sistema dos objetos* (1968), no capítulo “A significação da publicidade”, Jean Baudrillard relativiza a credibilidade da mensagem publicitária em si e demonstra todo o contexto em que ela se insere, qualificando o mecanismo que a torna eficaz como “a mesma lógica do Papai Noel”. Ninguém acredita em Papai Noel, mas se acredita na fábula que nos quer fazer crer nele. Tal como na historinha tradicional do Papai Noel, propõe que, na verdade, ninguém crê no que a publicidade diz com relação ao produto em si, mas se acredita na publicidade que nos deseja fazer crer nesse produto. Introjamos (ou “compramos”) a imagem de um sistema social dadivoso que nos cerca de conforto, através do imaginário de um acolhimento materno. Sempre há “alguém” que se preocupa conosco. Trata-se de um mecanismo de fábula, crença e regressão.

No último capítulo do livro *Publicidade: é possível escapar?*, com o título “A atuação dos publicitários, a sociedade do espetáculo e os movimentos sociais”, Cláudio Novaes entende as agências de publicidade como produtoras de visões de mundo. Os publicitários em geral, para Novaes, utilizam o conhecimento científico (psicologia, sociologia, antropologia, estatística, etc.) e tecnológico (recursos gráficos, fotográficos, eletrônicos, audiovisuais, etc.) para motivar a aquisição de produtos (Novaes, 2004). Adota uma visão gramsciana e as considera aparelhos ideológicos capitalistas e de Estado, local estratégico para o exercício hegemônico das classes dominantes, através do trabalho de intelectuais “orgânicos” que a elas servem².

No ensaio “O discurso publicitário: desvendando a sedução”, Gilda Korff Dieguez, ao desmontar o esquema estruturado pelos recursos sedutores da publicidade, mostra como a mensagem publicitária é desviada de sua obviedade para atuar na subjetividade através do encanto de diversas armadilhas. A publicidade promove a miragem narcisista da sociedade, transformando o mundo em maquiagem, estabelecendo uma equivalência de história pela sucessão de comerciais, moldando novas relações e impondo valores, servindo como viga de sustentação da estrutura capitalista voltada para o “consumo” (Korff, 2004).

Finalmente, o livro *O poder da publicidade na sociedade consumida pelas marcas* (2003), de Dominique Quessada, um ex-publicitário convertido em filósofo. O autor desenvolve uma das reflexões mais contundentes com relação à sociedade de marcas e à atuação da publicidade, sobre como a globalização impõe produtos, sonhos e ilusões. Quessada subverte a tradicional noção de sociedade de consumo. Propõe que com a perda do referencial da alteridade, o ser humano, cada vez mais voltado para si mesmo, vagando nos templos/*shoppings*, pelas cadeias onipresentes de *fastfoods*, equilibrando-se entre interesses de marcas globais, não estaríamos diante de uma sociedade de consumo: estaríamos diante de uma sociedade de consumo de si. Uma sociedade que se consome no próprio consumo, que se consome no consumo de marcas.

Atividade econômica auxiliar, filosofia, fábula, aparelho ideológico capitalista utilizado por intelectuais orgânicos, fonte de sedução e narcisismo ou agente da globalização e deterioração social, a publicidade é, e sempre foi, um instrumento utilizado a partir do domínio de uma técnica. Entender o uso que se faz do instrumento, das técnicas utilizadas e do contexto que determina o seu uso, gera conhecimento, reflexão, modifica rumos, aumenta a compreensão e aponta para novas possibilidades, o que difere da condenação de um instrumento estrutural para a vida das sociedades.

O martelo não é o responsável pelo que constrói ou destrói, mas sim quem o utiliza e como o utiliza. Satanizar o instrumento e o seu uso sabendo-se que hoje a maior parte da população mundial vive em grandes centros urbanos (e é impossível pensar centros urbanos sem a utilização da publicidade), insistir nessa linha de raciocínio, pode ser produto de burrice, má-fé ou de ambos; mas, certamente, é um embotamento de perspectiva crítica.

Um impasse

À sombra da revolução industrial, a publicidade, como hoje a entendemos, sempre esteve na ponta da utilização técnica das novas formas de linguagem e expressão e das novas tecnologias de informação e comunicação. A noção filosófica da caixa preta, desenvolvida por Vilém Flusser, em *O universo das imagens técnicas – Elogio da superficialidade* (2008), aplica-se totalmente ao fazer publicitário. Ela aponta para um modelo de comunicação dialógica telematizada. O novo ambiente, composto de fotografias, filmes, imagens de TV, vídeos, computadores, a partir de um determinado momento na história da cultura, assumem o papel de portadores de informação. Para Flusser, a imagem técnica, produzida por aparelhos, simboliza uma espécie de evolução na maneira de enxergar a imagem.

A publicidade, em si, é uma atividade que turбина e é turbinada pela “caixa preta”. Ao trabalhar aparências, ela é um campo fértil para as imagens técnicas. Com a concepção digital, eletrônica, da informação, o seu compromisso não é com a referencialidade, com o mundo do sensível, no sentido de mundo verdadeiro, da essencialidade da ação humana. O próprio fazer publicitário, nas últimas décadas, vem eliminando todas as etapas intermediárias em que existia ainda alguma interferência da ação humana, das mãos humanas, com relação à produção técnica das mensagens, agora orientadas por uma utilização frenética das imagens.

Com os novos recursos de informática e a internet, as atividades de materialização da mensagem foram compactadas radicalmente, sofrendo aceleração de tal ordem que interferiram na própria necessidade de um tempo para a crítica do que é concebido, materializado e veiculado.

A atividade publicitária tende a ser cada vez mais apenas duas coisas: uma é o “cérebro”, função exercida por uma ultraminoria, uma elite, no que diz respeito à obtenção de um conceito, de uma ideia; a outra é o acionamento de dispositivos técnicos eletrônicos, digitais, para a configuração, obtenção de formas, de imagens, através de atividades que empregam a grande maioria dos que se dizem publicitários e que trabalham nas funções de produção, reprodução ou finalização técnica.

Ao realizar exaustivamente uma “aeróbica” da forma, a publicidade vem operacionalizando, ao longo do tempo, os mesmos conteúdos, visando a obter uma ação ou comportamento de compra de um produto – do papel higiênico ao apartamento, ou adesão à campanha de vacinação contra a paralisia infantil ou, ainda, ao uso de preservativos como prevenção de doenças.

No século XX não houve qualquer modificação estrutural profunda no modelo unidirecional da expressão publicitária. Nascida e criada no ambiente

de centralização da mídia, a publicidade, como hoje a conhecemos, surgiu com o aproveitamento de espaços classificados da mídia impressa. O agenciador (origem do nome agência) dos espaços agregou valor à mensagem ao colocar imagens concebidas por artistas ilustradores, os textos começaram a ser escritos por escritores e poetas, ou seja, os intelectuais a que Cláudio Novaes se refere criaram o caldo cultural da atividade técnica.

Inicialmente dirigida para alguém, orientada pela referencialidade informativa dos jornais, com o passar do tempo e o advento das ferramentas de pesquisa, a mensagem começou a assumir com maior precisão a condição identitária do seu público-alvo. As novas tecnologias de informação e comunicação do século passado, como a fotografia, o cinema, a televisão, o rádio, as revistas e a modificação dos próprios jornais só acentuaram isso.

Em vez de falar “para” alguém, a publicidade procurou concretizar a sua missão de “ser” esse alguém. Ao interferir nos conteúdos editoriais, de lazer e entretenimento nos meios de comunicação, na vida social e nos espaços urbanos, a publicidade não mais se limitava a falar com o público. O desafio era “ser” o público com quem falava, uma permuta identitária elevada ao extremo, ou seja, de “falar” esse alguém. Nesse fato está situada a origem da crítica à publicidade como infantilizadora, compreendida a partir da lógica da regressão, uma vez que a infância é aquele momento em que o ser humano não fala por si, é um in (= não) fante (= falante).

Hoje, a marca anunciada não se limita a ser o produto que se usa. Ela é quem usa, tal como quem a usa é a marca. Esse jogo de espelho identitário vai produzir a ação desejada, o comportamento, a ação. Nele, a mensagem publicitária não é apenas comprometida com o acionamento do desejo, ela tem que fazê-lo de uma forma vetorizada para a ação.

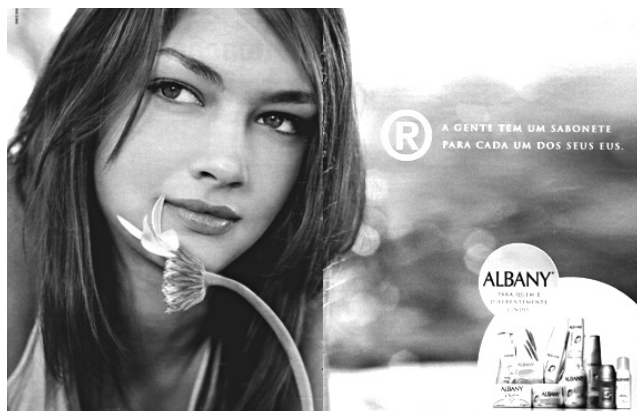


Fig.1: Anúncio da Albany, “A gente tem um sabonete para cada um dos seus eus”.³

Eis que chega o século XXI e com ele o surgimento do celular, o desenvolvimento da internet, o aprofundamento das tecnologias de imagem e a convergência das tecnologias de informação e de comunicação. A miniaturização dos componentes de fabricação dos dispositivos tecnológicos e a convergência destes dispositivos estabeleceram a realidade do “tudo-num-só”. A relativização do próprio conceito de computador pessoal, uma vez que, com a redução de tamanho dos componentes, vem facilitando a convergência e o advento dos *mobiles* (novos aparelhos móveis celulares do tipo *smartphones* e *tablets*).

A própria noção que se tinha de armazenamento de informação, que era assegurada pelos, agora, já antigos *hard disks* (os tradicionais discos rígidos dos computadores), hoje está atrelada ao conceito de *cloud* (nuvem), não existindo mais em um dispositivo fixo, mas na grande rede, na internet. Esse fato aponta para o caminho de obsolescência dos dispositivos tecnológicos que empregam matéria-prima e equipamentos industrializados convencionais das unidades físicas de processamento e armazenamento.

A nuvem, espaço de armazenamento em rede, se articula aos dispositivos de acesso, que não se limitam ao formato de um computador. Eles funcionam como *chips* ligados à rede, dispensando a instalação de programas ou de dispositivos de armazenamento de dados, possibilitando acesso flexível e móvel, ou seja, de qualquer lugar do planeta e mesmo fora dele.

Por outro lado, temos a intensificação também radical do uso das redes sociais, em especial o *Facebook*, já disseminado pelos Estados Unidos, Europa e Ásia e agora em crescimento geométrico no Brasil. Através do *face*, tal como é chamado pelos usuários, as pessoas alimentam a sua existência real, uma vez que a dinâmica da ferramenta, além de possibilitar a disposição de perfis e a interação de postagens, atualiza o conceito de notícia, agora produzida pelos próprios usuários através de um espaço em que podem colocar o que lhes vier à cabeça.

Outro ponto a ser ressaltado é a natureza multimídia do *face*. Qualquer mensagem pode ser postada – filmes, textos, fotos, *games*, enfim, uma galeria de possibilidades está aberta na rede. Além de postar suas mensagens, os usuários podem se colocar de maneira favorável ou contrariamente ao que está “rolando” (literalmente) pela tela, ao mesmo tempo em que participa de um *chat* ou transfere uma foto.

Diante do novo ambiente que se configura, não mais “O meio é a mensagem”, como assegurava McLuhan. Em entrevista ao jornal O Globo, o sociólogo espanhol Manuel Castells questiona McLuhan ao afirmar que “O meio não é a mensagem. Tudo depende do impacto que uma mensagem tem

na consciência de muitas pessoas. As mídias sociais só permitem a distribuição viral de qualquer mensagem e o acompanhamento da ação coletiva”.⁴

A nova condição proporcionada pelas recentes tecnologias de informação e comunicação bem como as redes sociais aponta para o fato de que a recepção passou a ser a mensagem: “A recepção é a mensagem” poderia ser o *slogan* da comunicação no século XXI. O receptor/consumidor, hoje, está ali presente, *on-line*, recebe as mensagens que circulam na mídia ao mesmo tempo em que posta, produz mensagens, diz o que sente, o que acredita, critica, interpela, enfim, transita a sua identidade e o seu imaginário no canal que se abriu.

Com o novo cenário, já não existe para a publicidade a segurança da antiga unilateralidade em que ela nasceu, cresceu e se desenvolveu. A mensagem publicitária começa a conviver em uma ecologia na qual se permanecer no formato tradicional não mais dará conta de seu propósito persuasório. Hoje há um vácuo no “pensar” e no “fazer” publicidade. Ela é uma atividade técnica que necessita ajustar-se à perda de centralidade da mídia tradicional e à abertura de canais, que agora se apresentam como trânsito para a multilateralidade (emissor/receptivo e receptor/emissivo).

O consumidor/receptor emancipado

Em *O espectador emancipado*, Jacques Rancière (2010) questiona o entendimento da situação do espectador de teatro como uma posição passiva e analisa o problema do “lugar” do espectador e do ator em função da distância e das iniciativas teatrais que pretendiam removê-la, retirando o ator da condição estática de plateia. Rancière mostra como a alternância de “lugar” entre o ator e o espectador é o próprio processo do conhecimento e da troca e qualifica a distância não como um mal a abolir, mas como aquilo que proporciona o conhecimento.

Cabe estabelecer um paralelo com a situação do receptor/consumidor, no caso da mensagem e da atualidade publicitárias. Tal como o espectador e a ideia de passividade a ele atribuída, costuma-se enquadrar o consumidor no mesmo *status* de condição passiva, no caso, condicionada pela publicidade. A hipnose e o condicionamento provocados pelos anúncios o deixariam nessa condição.

Tal como o espectador teatral, o receptor/consumidor nunca foi uma parte totalmente passiva na relação com a mensagem publicitária. Algumas formulações críticas insistem nessa tolice, que agora está sendo totalmente evidenciada como tal. Da mesma forma que o espectador, no momento em que o receptor/consumidor passa a ser emissor, coloca as suas posições diante

da vida, do mundo, crítica, contrai vínculos com pessoas que pensam da mesma forma, que trazem novas informações, estabelece linhas de resistência à tentativa de condicionamento. A nova ecologia midiática tende a colocar por terra uma série de ideias feitas com relação a essa questão.

O atual desafio para a publicidade é aceitar que não mais realizará uma ação unilateral, através da qual procurava, na emissão, construir mensagens alinhadas com os valores, conceitos e preconceitos do senso comum, a partir da estereotipação do público-alvo. No antigo modelo, tentava produzir a anulação de toda e qualquer distância através do simulacro engendrado na proposta da mensagem “ser” o receptor, o efeito-espelho que estabelecia a quebra de alteridade na relação. Nesse modelo não há diálogo, mas encantamento e sedução narcísicos favorecido por uma mídia unidirecional e centralizadora das atenções.

Agora a publicidade está entrando direto nas redes sociais (ou, no caso brasileiro, as redes sociais na publicidade?). Precisa entender esse receptor/consumidor, falar diretamente com ele, aceitar a “distância” inerente à percepção da alteridade, levar em consideração as sutilezas das diferenças de recepção/consumo, tanto da mensagem como de produtos, serviços ou causas, ouvir e levar em consideração as suas críticas. Enfim, precisará realizar uma atuação bem mais complexa do que no passado.

Ao pensarmos a ação publicitária do século passado cabe lembrar o livro *A publicidade é um cadáver que nos sorri* (1996), do tão famoso, polêmico e profético Oliviero Toscani, o jornalista-fotógrafo que utilizou o canal publicitário para ganhar notoriedade internacional através do trabalho desenvolvido para a marca Benetton, utilizando apenas fotografia. Toscani apresentava imagens de aidéticos, órgãos sexuais masculinos e femininos, roupas manchadas de sangue de soldados, cemitérios militares, padre e freira beijando-se na boca, antenas de televisão em cima de prédios, pessoas portadoras de necessidades especiais, crianças brancas e negras amamentadas juntas pelos seios de uma negra. Enfim, uma galeria de imagens extremamente polêmicas que suscitavam debates públicos.

Toscani utilizou em todos os trabalhos apenas a mídia impressa, porque condizia com a sua natureza de artista fotográfico, e subverteu as formulações publicitárias tradicionais, batendo de frente com verdadeiros tabus, incomodando o *status quo do establishment* publicitário. Conseguiu, através de abordagens supostamente negativas, construir e manter o conceito e uma imagem para a marca que o contratara. Não foi por pouco que angariou o ódio da classe publicitária em geral, principalmente dos empresários do setor, devidamente acomodados à repetição de fórmulas gastas, mas ainda lucrati-

vas, de expressão e utilização intensiva da televisão, o meio de comunicação tradicionalmente mais rentável para os prestadores de serviços publicitários, embora não necessariamente ideal para todos os clientes.

Hoje o que está em questão é o significado, a construção e a manutenção de um valor a ser preenchido com uma oferta de produto, de serviço, de candidato, causa ou ação. Tudo pode ser entendido como mensagem, sendo importante lembrar que essa mensagem vai circular em um ambiente de alteridade. Cabe entendê-la como Nestor Garcia Canclini caracterizou a globalização em *Consumidores e cidadãos* (2005): não como um simples processo de homogeneização, mas de reordenamento de diferenças e igualdades.

No ambiente do “tudo mensagem”, das imagens dialogizantes de Flusser, o que vai determinar as coisas no campo da expressão e da comunicação publicitárias é a noção de significado, de valor. O campo profissional da comunicação nos coloca em guerra pela construção de sentidos, de significados. Nele ocorrem a produção e a percepção contínuas de valores a serem identificados, construídos, comunicados e introjetados. Valor e significado estão relacionados às culturas, às diversas maneiras de agir, pensar, se comportar, pentear os cabelos, comer, se divertir, namorar, trabalhar, enfim, viver, nas mais diversas regiões do mundo.

No contexto da publicidade, a linguagem persuasiva é o princípio que une anunciante e consumidor sob determinado valor simbólico atribuído ao produto, e partilhado socialmente a partir da recepção da peça publicitária e do consumo. A técnica de construção de sentido da publicidade se apoia na cultura, em seus ideais reproduzidos cotidianamente e fragmentados ao extremo no tempo totêmico da publicidade. Esse discurso intervém e potencializa o sistema de representação pela capacidade massiva de dialogar com espaço público diverso, o qual está investido de competência para interpretar e produzir sentidos em seu cotidiano a partir das mensagens da publicidade (Iribure, 2008: 137).

No final do século passado, o *establishment* publicitário cultivou a ideia de que, com a comunicação em rede global, teríamos uma publicidade global. Produzida em determinado local, seria válida para o mundo inteiro. Algumas iniciativas foram feitas e ainda o são neste sentido – quase todas orientadas pela redução de custos de mão de obra e de produção. Como as grandes marcas e a estrutura publicitária que as atende estão ligadas a grandes grupos

financeiros globais, o *business* mercadológico, em total miopia, tentou fazer com a comunicação o que os financistas fazem com o dinheiro, que passou a ser eletrônico e a não mais ter propriamente uma nacionalidade.

Os resultados foram péssimos, com raras exceções de trabalhos institucionais ligados a valores universalmente aceitos, como em algumas campanhas institucionais da Coca-Cola. O que se vê hoje é a globalização de regionalidades, de traços culturais bem típicos de culturas específicas. Um bom exemplo é o da marca Havaianas. Sem deixar de ser tradicionalmente brasileira e popular, foi reposicionada e agora é percebida e consumida globalmente no rastro do reposicionamento internacional do próprio país.

O anúncio apresentado mostra o tratamento gráfico de ilustração típica da década de 1970, que faz alusão aos trabalhos de Milton Glaser, famoso *designer* gráfico norte-americano, do Push Pin Studios de Nova York, ou da capa e desenho animado de Yellow Submarine ou Sgt Pepper's Lonely Hearts Club Band, dos Beatles. Toda essa caracterização internacionalmente reconhecível é utilizada em referenciais brasileiros. Maracanã, Pão de Açúcar, tucanos, convivendo com motivos chineses como o urso panda, dragão chinês, etc. Tudo se resolve como um grande parque de diversões. O tratamento gráfico-visual que educou o olhar de várias gerações no mundo inteiro, convive com o “produto em si”, que é apresentado como elemento tridimensional da ilustração. Por sua vez, o produto em si contém a ideia de brasilidade: é Havaianas, é verde e amarelo, conecta-se ao “valor Brasil” no contexto internacional.

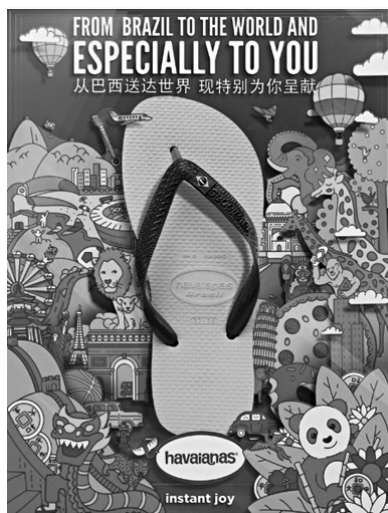


Fig. 2: Anúncio das Havaianas para os mercados da Europa e China.

Ao ser criada, em função dos elementos que a compõem e dos valores que trabalha, a mensagem publicitária já segmenta a comunicação. A publicidade não fala com todo o público, embora pareça fazê-lo. Trata-se de uma mensagem destinada a públicos específicos, que o ambiente mercadológico chama de *target* (alvo, público-alvo). Embora tenha esse objetivo ao ser criada, não deixa de atingir a grande massa de indivíduos fora do seu *target*, que também serão sensibilizados pela mensagem, mesmo que nem sempre tenham condição financeira, social, educacional ou existencial de terem os seus desejos, que foram efetivamente despertados, atendidos.

Em sua origem e para ser eficaz, a mensagem publicitária precisa levar em consideração a alteridade. Embora na comunicação em rede, “sem fronteiras”, tenhamos a sensação de certa homogeneidade, ampliou-se também, de forma abissal, a proximidade e a percepção das diferenças. Ao lidar com as noções de valor, significado e cultura, multilateralmente e sempre *on-line*, a publicidade brasileira não tem saída senão a de se reestudar, redefinir e se ajustar ao vetor de descentralidade da mídia. Isto já acontece nos países mais desenvolvidos e parece inexorável para o Brasil dos próximos anos.

A comunicação só acontece em um território cujos limites são o excesso de semelhança e o excesso de diferença: semelhança demais, comunicação impossível. Qualquer mensagem é uma dialética de semelhança e diferença e, enquanto sistemas de trocas de mensagem, as sociedades não podem ser diferentes. Daí serem ambas as dimensões importantíssimas para se compreender uma sociedade. Daí ser o privilégio atribuído a uma delas necessariamente mutilador (Rodrigues, 2008).

Existe um exemplo bem interessante, na cultura mercadológico-publicitária brasileira, dessa tensão entre semelhança/diferença a que se refere Rodrigues. Trata-se do caso da introdução do Leite Moça no Brasil. Inicialmente as latas eram importadas e a configuração do rótulo trazia a moça camponesa desenhada e todo o texto em inglês, a começar pelo nome: *Condensed Milkmaid*.

Ao chegar aos diversos armazéns dos confins do país, o público identificava e solicitava o produto pela referência da imagem que via, geralmente através da elocução: “moço, por favor, me dê o leite da moça”. O mote comum “leite da moça” foi um pulo para se criar a identidade e imagem do que viria a ser, no Brasil, o Leite Moça.

A Nestlé, empresa que sempre valorizou e soube trabalhar comunicação, em vez de forçar ou impingir à cultura brasileira o “Condensed Milkmaid” assumiu o Leite Moça uma formulação simpática, criada pelo próprio povo brasileiro para resolver o problema de identificar e comprar o produto no ponto de venda.

De lá para cá, o leite se tornou um carro-chefe de vendas na empresa, passou a designar a natureza do produto (leite moça significa leite condensado, na cultura brasileira) e a Nestlé só fez “mocificar” cada vez mais a embalagem, chegando ao ponto de desenvolver um *design* curvilíneo que reforça a conotação “moça” no imaginário coletivo.



Fig. 3: História do “Leite Moça” através das embalagens.

O processo publicitário

Para refletir sobre a relação entre a publicidade e o ambiente administrativo, o primeiro passo é entender a dinâmica do processo publicitário. É nessa ecologia que se dará a construção do anúncio, a criação e elaboração da arquitetura de significados. A mensagem publicitária é mensagem comprometida, sua força não está na referência, tal como no jornalismo, mas no conceito. Nela, nada acontece por acaso.

Pensando na publicidade tradicional, a “publicidade *mainstream*”, a que opera no esquema centralizado dos meios de comunicação de massa, podemos situar a relação de emissão/recepção a partir do esquema a seguir, em que são caracterizadas três situações emissivas: emissor responsável, emissor técnico e emissor real.

Emissores e receptores da publicidade:

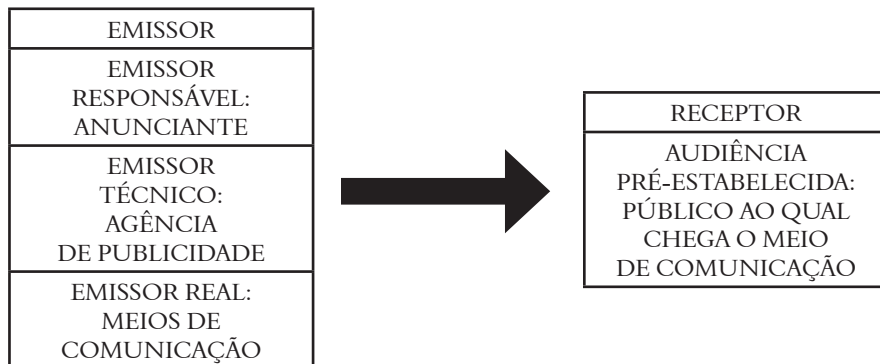


Fig.4: Esquema básico da situação emissiva/receptiva da publicidade. (Billorou, 1987: 32).

Quando Billorou (1987: 32) se refere a “emissor real”, está dizendo que, em última análise, para quem recebe a mensagem, o emissor visível é o meio de comunicação que a “entrega”. Quem a cria ou quem a assina não é percebido, pelo grande público, como o emissor da mensagem. A publicidade vem do meio e, por conseguinte, do veículo.

Considerando a trajetória que vai do anunciante ao destinatário, são diversos os agentes e os “momentos”, levando em consideração o fluxo (principalmente de informações) do trabalho criativo. Pelo esquema seguinte, podemos identificar que tudo começa com uma definição de objetivos, tanto de *marketing* como de comunicação.

Os objetivos são definidos no âmbito da transição entre o ambiente mercadológico e o publicitário. O objetivo de *marketing* é atribuição do anunciante, uma vez que a ele cabe desenvolver o planejamento estratégico de *marketing*, a visão de curto e de longo prazo, que vai orientar diversas ações táticas, dentre elas, a publicidade. O objetivo de comunicação, se o anunciante não conta com profissionais de comunicação na sua estrutura, costuma ficar inteiramente nas mãos dos fornecedores, com frequência as agências de publicidade.⁵

Nas agências de publicidade ou em outros *bureaux* de serviço de criação, a mensagem será conceituada. O valor a ser trabalhado vai contar com conteúdo e expressão através dos elementos constitutivos da mensagem. Finalmente, ao ser veiculada a mensagem vai encontrar o receptor/consumidor (consumidor da mensagem, independentemente de consumir ou não o produto/serviço/oferta que estão sendo anunciados).

Processo publicitário

OBJETIVO - Marketing -Vendas

ANUNCIANTE

OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO - Imagem Desejada (significação)	CONCEITO PUBLICITÁRIO - Conteúdo (argumento)	EXPRESSÃO PUBLICITÁRIA - Forma (peça de comunicação)
---	---	---

PUBLICIDADE

DECODIFICAÇÃO - Assimilação do Conceito/Obj. de Comunicação	ATITUDE OU COMPORTAMENTO - Efeito da Mensagem
--	--

CONSUMIDOR

Fig.5: Agentes/elementos do processo publicitário.⁶

A ponte que se estabelece entre estes dois objetivos, o de *marketing* e o de comunicação, envolve dois ambientes sociotécnicos distintos: o que pertence à esfera da administração e o que pertence à esfera da comunicação de *marketing/publicidade*. Tratam-se de culturas de trabalho profundamente diferentes, mas que têm uma coisa em comum no que diz respeito à operação publicitária: ambas operam em função da obtenção de resultados concretos: obter a atitude ou comportamento como efeito da ação publicitária e, para isso precisam lidar com as culturas das regiões em que a mensagem publicitária será veiculada para manejar os valores, os significados, os conceitos a serem trabalhados.⁷

Valor

Em uma das palestras de Philip Kotler que assisti, foram apresentados dois esquemas para explicar o processo de atribuição de valor em *marketing*. Estas representações gráficas constavam da apostila distribuída no encontro, mas não me lembro de tê-las visto nos seus livros, ou nas edições que li. Através destes esquemas, Kotler vetoriza a dinâmica da ação mercadológica sequenciando as etapas de trabalho que a compõem. Eles me parecem perfeitos por distinguirem a ecologia em que o trabalho vai se desenvolver em cada caso. O “antigo” e o “atual” correspondem a maneiras inteiramente diferentes de

pensar e trabalhar a ação mercadológica. Ambos estão presentes simultaneamente na administração de *marketing* contemporânea.

SEQUÊNCIA TRADICIONAL DO PROCESSO FÍSICO						
PRODUÇÃO			COMERCIALIZAÇÃO			
Produto	Obtenção	Fabricação	Preço	Venda	Publicidade Promoção	Prestação de Serviços

Fig. 6: Versão antiga da sequência de atribuição de valor, orientada pelo processo físico, o “produto em si”.

A diferença entre as versões “antiga” e “atual” se dá na origem do trabalho. Na “antiga”, tudo é dividido em produção e comercialização. A produção, focada em produto, obtenção de tecnologia e matérias primas, fabricação. A comercialização, em preço, em venda, em publicidade e promoção, além de prestação de serviços. Essa versão antiga ainda predomina em regiões e países mais limitados na oferta de produtos e serviços.

SEQUÊNCIA DE ATRIBUIÇÃO DO VALOR									
Seleção do Valor			Fornecimento do Valor					Com. do Valor	
Sel. do Clien- te	Seg. de merca- do	Posi- ciona- mento	Des. Prod.	Des. serv.	Form. preço	Inves- tigação Execu- ção	Distr. Prest. Serv.	Venda	Publi- cidade

Fig.7: Versão atual da sequência de atribuição de valor, orientada pelo “valor em si”.

Na orientação atual, a sequência é toda orientada por um conceito de valor a ser selecionado, fornecido e comunicado. A noção de produto é posterior a uma identificação do valor a ser selecionado, fornecido e comunicado. Em seleção do valor acontece a seleção do cliente, segmentação de mercado e posicionamento a ser trabalhado. Em fornecimento de valor, o desenvolvimento de produto, serviços, preço, investigação (execução de pesquisas) e distribuição. Comunicação de valor é venda e publicidade. Venda, aqui, não é objetivo: é consequência, tal a identificação do que é oferecido e comunicado com o público a que se destina.

Os esquemas partem de duas naturezas distintas de orientação, uma pelo processo físico, pelo “produto em si”, e a outra pela atribuição do valor, pelo

“valor em si”. Eles evidenciam a natureza “antiga” ou “atual” do fluxo de construção de valor na operação mercadológica. Tudo é demonstrado com muita clareza, evidenciando a localização das diversas etapas que constroem o “valor” e a sua percepção em cada caso.

Esse valor, comunicado ou não pela publicidade, vai ser determinado na relação entre anunciante e agência (ou outro prestador de serviços de comunicação, promocional ou não), orientando o fluxo de informações ligado à criação da mensagem. É nessa “cozinha” que são preparados os “caldos” simbólicos destinados ao imaginário da grande massa de consumidores da mensagem publicitária, principalmente da comunicação de massa.

Ivone Ceccato, no trabalho *A ideologia e responsabilidade social da propaganda* (2010: 55), coloca muito bem essa questão:

Nas reflexões feitas sobre ideologia e responsabilidade social da propaganda, foi possível demonstrar que a publicidade tanto reforça valores ideológicos já existentes como os modifica e impõe à sociedade outros novos valores. Por meio de apelos afetivos e de significados que refletem o imaginário semântico das elites do poder, ao mesmo tempo, recolhe representações do imaginário do público-alvo, imprimindo-lhes novos sentidos.

Marketing & empreendimento

Comunicação de valor é uma consequência da comunicação de *marketing* que, por sua vez, decorre do *marketing*. Em dois momentos, Kotler definiu *marketing* de forma diferente e complementar.

A primeira foi nos idos de 1967, no livro *Gerência de marketing – Análise, planejamento e controle*⁸: “Marketing é a atividade humana dirigida para a satisfação das necessidades e desejos através dos processos de troca”.

A segunda, no final da década de 1980, em *Princípios de marketing*⁹ trabalho desenvolvido com Gary Armstrong, em que acrescenta as noções de produto e de valor: “Marketing é um processo social e gerencial pelo qual os indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação e troca de produtos e valor”.

Marketing nasceu no ambiente econômico, quando se percebeu que os problemas de demanda não eram tão previsíveis à luz da economia. O equilíbrio

entre oferta e demanda, a utopia econômica, esbarrava, no eixo da demanda, no fato de que o acervo econométrico era insuficiente para entender as necessidades e desejos humanos. Por essa razão considero muito pertinente essa que foi a primeira definição kotleriana de *marketing*, qualificando-o como uma atividade humana.

Kotler não é apenas um economista, pesquisador ou professor de *marketing*. Trata-se de uma das inteligências mais lúcidas e brilhantes da vida contemporânea, capaz de atualizar constantemente as suas reflexões sobre o que pesquisa, ensina e estuda. Tal como as ciências sociais e humanas têm muito a contribuir para o *marketing*, a abordagem kotleriana de *marketing* contribuiria muito para os pesquisadores dessas áreas, por vezes encapsulados em seus campos de estudo e pesquisa e refratários a uma ampliação de conhecimento. Talvez isso se deva, no caso brasileiro, ao fato de que um grande número de intelectuais e acadêmicos dessa área estereotipam o conceito de *marketing* associando-o a uma visão supostamente capitalista do mundo.

Basta analisarmos a noção básica de empreendimento, de uma iniciativa empreendedora, contida na célula empresarial. Nela, Roberto Corrêa apresenta as diversas trocas, internas e externas, realizadas no ambiente empresarial, numa empresa. Em todas essas trocas podemos aplicar o conceito de *marketing*. Tanto para o ambiente interno como para o ambiente externo, as noções de satisfação e de valor estão sempre presentes.

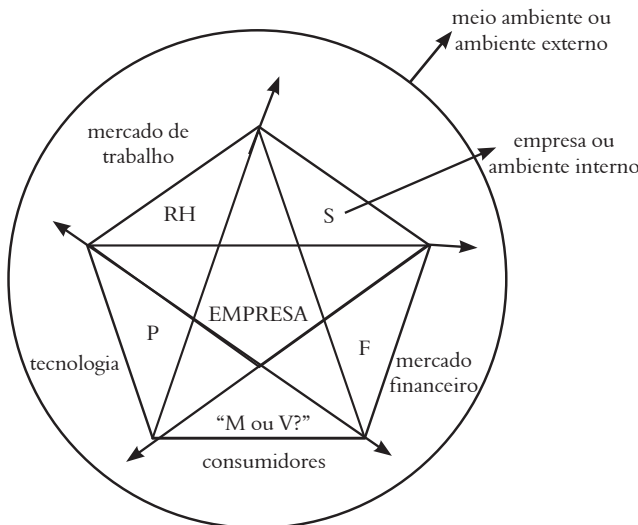


Fig.8: A “célula-empresa” (Corrêa, 1986).

Nas interações do empreendimento com o mercado de trabalho, tendo como intermediário a ação de recursos humanos (RH), com tecnologia, no desenvolvimento do produto ou serviço (P), com os fornecedores de insumo (S), visando o suprimento adequado, com o mercado financeiro (F), afinal de contas hoje as empresas, muito além de produtos ou serviços, desenvolvem fluxos de capital que dependem da participação ativa no mercado financeiro ou ainda em venda, quando ativam as necessidades e desejos do mercado consumidor, sempre e necessariamente, desenvolvem trocas.

Cabe reparar que no esquema original de Corrêa, não existe a letra “V”, ao referenciar as trocas comerciais. Ali foi colocada a letra “M”, de *marketing*, numa clara restrição de *marketing* à atividade comercial. Porém, a pergunta que não quer calar é: em todas essas trocas não se aplica o conceito de *marketing*. A resposta é óbvia: sim, não só se aplica como todas elas estabelecerão a saúde da célula se forem orientadas e equilibradas por esta atividade, gerando satisfação e construindo “valor”.

A satisfação e a construção de valor valem tanto para as trocas com o ambiente interno como para as que se dão no ambiente externo, uma vez que todos os setores intermediários – RH, P, V, S, F – estabelecem trocas entre si (o tão conhecido endomarketing, ou “*marketing* interno”).

Diante desse fato, não se pode considerar marketing como um departamento, um setor, uma gerência. Essa atitude é encapsuladora, significa limitar uma atividade que, por definição, representa a energia neuronal de qualquer empreendimento. *Marketing* é uma filosofia a ser difundida com o objetivo de se tornar onipresente, virando cultura de trabalho em toda a empresa.

Marketing cresceu no âmbito da administração, associado à cultura e ao ambiente empresariais, e hoje está profundamente ligado às ciências sociais e humanas. Com o tempo, viu-se que essa palavra “valor” inclui tudo o que se refere à natureza humana, inclusive e principalmente, o seu caráter mutante e imprevisível. Pode-se dizer que *marketing* e a comunicação de *marketing* estão profundamente ligados aos saberes pesquisados pelas ciências sociais e ciências humanas. Quando se fala em conceito, em valor de marca, está automaticamente subentendida a questão do acesso ao significado, à capacidade de ler, entender e formular enunciados.

Comunicação de *marketing*

Certa vez, quando trabalhava na área de publicidade e propaganda de uma grande organização, estava confiante no lançamento de um produto excelente e julgava que seria um sucesso por si só. Conversando com um diretor da empresa, que nem era da área de comunicação, ao afirmar a minha certeza, ele me disse: “meu caro, no ambiente em que vivemos, o importante não é o que é, mas o que parece. Coloque isso na sua cabeça”.

Refleti profundamente sobre isso ao realizar um trabalho para a revista Cadernos Facha, anos atrás, quando procurei uma definição para o campo de comunicação de *marketing*, ambiente em que se localiza a publicidade, e não a encontrando tentei eu mesmo fazê-la, influenciado profundamente pelo que esse executivo me havia dito: “Comunicação de Marketing é o desenvolvimento de interferências programadas, nas trocas simbólicas das empresas, empreendimentos e pessoas com os seus diversos públicos, para o exercício da percepção e comunicação de valor (Leal, 1996: 129).

Quando esbocei essa definição, o fiz a partir da visão de Kotler com relação ao *marketing*. Certamente bastante motivado e influenciado por algumas das suas palestras, e de tê-lo conhecido na primeira vez em que veio ao Brasil.

Uma proposta de ambiente para a comunicação de *marketing*, a que me parece mais abrangente, é a que nos oferece o professor Fernando Maranhão, ao sugerir o pensamento estratégico a partir de grupos de ações/mensagem/meio/público. Maranhão apresenta os elementos básicos determinantes da comunicação de *marketing* de uma forma esquemática e com uma visão sistêmica.

ELEMENTOS BÁSICOS DETERMINANTES DA COMUNICAÇÃO DE MARKETING			
AÇÃO	MENSAGEM	MEIO	PÚBLICO
LOBBYING	CORPORATIVA	Reunião, Encontro, Visita, Solenidade, Apresentação, Palestra, Entrevista, Release, Reportagem, Artigo, Patrocínio, Seminário, Congresso, Convenção, Solenidade, Homenagem, Troféu, Festa, Feira de Exposição, Espetáculo, Torneio, Concurso, Premiação, Revista, Jornal, Rádio, Alto-falante, TV, Vídeo, Cinema, Painel, Outdoor, Back-light, Folheto, Volante, Catálogo, Informativo, Broadside, Mala Direta, Literatura	ECOSSISTEMAS POLÍTICO-GEOGRÁFICOS (Mundo, Continente, Bloco, País, Religião, Estado, Metrôpole, Cidade, Bairro, Comunidade)
RELAÇÕES PÚBLICAS	(Políticas, Normas)		
PUBLICIDADE LEGAL	INSTITUCIONAL		CIDADANIA/GOVERNO (Executivos, Administração pública)
ASSESSORIA DE IMPRENSA	(Valores, Qualidades, Fatos da Empresa)		OPINIÃO PÚBLICA (Órgãos, Correntes Formadores)
PROMOÇÃO DE IMAGEM	MARCA		IMPRENSA
MERCHANDISING	(Conceito comum aos produtos)		MERCADO / NEGÓCIO
IDENTIDADE VISUAL		Técnica, Jornais, Publicação, Relatório, Balanço, Comunicado, Edital, Aviso, Declaração, Carta, Circular, Quadro de Aviso, Cartaz, Brinde, Multimídia, Videotexto, Fax, Programa Interativo, Display, Fachada, Embalagem, Rótulo, Material de Ponto de Venda, Estande, Amostra, Expositor, Vitrine, Incentivo, Oferta, Desconto, Cupom, Vale-Brinde, Telemarketing, Internet, Celular, DVD, Mp3, IPod, TV Digital, etc.	CONCORRÊNCIA (Direta e Indireta)
PROPAGANDA/PUBLICIDADE	PRODUTO		ACIONISTAS / EMPREGADOS
MARKETING DIRETO	(Benefícios e/ou atributos do produto)		FORNECEDORES / DISTRIBUIDORES
PROMOÇÃO DE VENDAS	VENDAS		NÃO-CONSUMIDORES (influenciadores, prescritores, compradores, decisores)
VENDA PESSOAL	(Oferta, preço, condições de pagamento e/ou ponto de venda do produto)		CONSUMIDORES (Suspeitos, prospectados, compradores, clientes)
			OUTROS (Nichos específicos)

Fig. 9: Uma abordagem abrangente, que conduz à sistematização e valoriza a atividade de regência do processo como um todo.¹⁰

Através da combinação de itens listados em cada grupo, temos verdadeiras possibilidades estratégicas de elaborar planejamentos alicerçados em uma visão sistêmica. O procedimento de conjugar mixagens ideais de ações/mensagem/meio/público em diversos cenários é orientado por objetivos previamente definidos. O exercício das infinitas possibilidades de mixagens gera resultados bastante diferenciados. Estes resultados orientam, ou até

reorientam, novas/antigas mixagens em cenários com maior ou menor grau de similaridade ou diferenciação.

O fato é que, ao acionar um ou mais itens de uma coluna, necessariamente estarão sendo acionados itens de outras e somos levados a pensar de forma holística, sentimos a necessidade de uma definição prévia de “aonde queremos chegar”.

Conclusão

Vivemos um momento em que o pensamento de Santo Agostinho, referenciado na citação inicial de abertura do trabalho, assume um caráter de grande pertinência. O presente, de fato, é uma ilusão e mais do que nunca só existe passado e futuro. Em “webcomunicação de *marketing*”, antigas noções como “campanha publicitária”, “propaganda institucional”, “formatos convencionais publicitários”, começam a não fazer mais sentido.

Já em 1994, o publicitário presidente da Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo, Francisco Gracioso, previa o novo ambiente do século seguinte.

A comunicação institucional está se tornando tão importante que não pode mais ser deixada a cargo dos departamentos de relações públicas (...) A imagem da empresa transfere-se para a imagem de suas marcas, e este é o caminho escolhido, no Brasil, por empresas pioneiras na reengenharia a partir do mercado, como a Shell ou a Rhodia, e também por empresas que já se estruturaram a partir dessa filosofia, como a Parmalat. Gracioso aponta decisões importantes e difíceis de tomar pelas organizações como, por exemplo, a de acabar com a dualidade entre comunicação institucional e comunicação de marketing, que atualmente já não faz mais sentido (Gracioso, 1994).

Ou em outro texto, em sobre o que chamou de “A estrada real da propaganda”:

Caminhamos cada vez mais para um mundo de comunicação integrado com o mercado e o ambiente empresarial. As imagens institucionais e de marca convergem para uma só imagem, una e indivisível (...) frequentemente, nesta nova realidade, o

foco da comunicação está em uma personalidade, ou em um fato extemporâneo, muito mais do que em nossos anúncios e comerciais (Gracioso, 1996).

Os conceitos de relacionamento, convivência, continuidade, presença, viralização, em tempos de redes sociais, adquirem importância muito determinante na construção e manutenção de identidade, imagem e valor. Os produtos e serviços, em geral, estão se transformando em *commodities*. Mais importante do que produto, hoje, são as marcas. E mais importante ainda do que as marcas em si, são os conceitos que as plasmam, o que elas *significam*.

Marca é cultura, identidade, alma, imagem. Marcas referenciam grupos sociais, *targets*, para os publicitários ou tribos, para os antropólogos. Produtos surgem, desaparecem, se transformam, são itens mutantes. Daí a importância de se pensar em valor – ao centro de gravidade simbólico que é construído e atribuído não tanto a produtos, mas especialmente às marcas, a uma verdadeira “arquitetura” de valores que, para elas, são construídos, e correspondem às expectativas, necessidades, desejos e satisfações dos públicos que com elas se identificam. E identidade de consumo, hoje, é cidadania.

Estamos vivendo um período de profunda e acelerada convergência tecnológica, deslumbrados com as próteses ciborgues que nos surpreendem no dia a dia e tendem a se multiplicar. Do *smartphone* chegamos, agora, à epiderme, a relógios e dispositivos táteis com os quais vamos interagir em nosso próprio corpo. O futuro tem sido sempre um grande e permanente ponto de interrogação. As inteligências tecnocriativas estão conectadas nas 48 horas do dia, 24 do Ocidente e mais 24 orientais. Informações são trocadas em tempo real e novas concepções de pesquisas, produtos, serviços, formas de vida, medicamentos, dispositivos, etc. têm sido reinventadas na velocidade da conexão em rede.

A despeito desse ponto de interrogação, a grande convergência que pre-existe a todos esses *gadgets* info-web-eletrônicos e continuará para sempre em pauta, enquanto o ser humano se legitimar como tal por ter entrado, um dia, na ordem simbólica, gira em torno do significado, da noção de conceito, de valor e, conseqüentemente, da ética.

Sem pessoas sensibilizadas, capacitadas para usar e transformar informação em conhecimento, de nada adianta tecnologia; ela é só um meio. Hoje o grande desafio das empresas é envolver as pessoas no ciclo completo da informação como seu agente e grande beneficiário (Castro, 1995).

A comunicação de valor e a comunicação de *marketing* são o ponto de convergência das formações em publicidade e propaganda, relações públicas e jornalismo empresarial na cibertecnologia em rede. Estamos todos no “negócio” da construção de significados e do desenvolvimento da percepção e construção de valor.

Chegamos a um ponto em que, filtrando o fluxo na *web*, são realizados mapeamentos semânticos na nuvem para identificar núcleos de concentrações de significados, identificando percursos associativos e conceitos preponderantes com relação a praticamente tudo: marcas, ideias, pessoas, celebridades, políticos, produtos, países, organizações, etc.

Não cabe mais entrar num ciclo autoilusório desenvolvendo resistência interna ou externa ao novo cenário. Precisamos nos estruturar, encontrar a nossa identidade, perseguir a produtividade, construir uma ética em cada setor de atividade, desenvolver a solidariedade. Usando um neologismo informático, cabe *interfacear*, porque no mundo que aí está, em que até a tradicional comutação *on/off* está perdendo o sentido, uma vez que o presencial e o virtual coexistem de forma intercambiada, não há como fugir da rede, todos são peixes.

Deixo com o leitor uma reflexão antiga e premonitória, do professor André Lázaro, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), por ocasião da 17ª Semana de Relações Públicas, em outubro de 1993, ou seja, do final do século passado. Ela teve como tema “O futuro da comunicação”. Lázaro foi simplesmente brilhante, ao situar o problema do ângulo de visão de toda uma geração completamente desorientada, e ao pensar o desenvolvimento de novas tecnologias situando-o na relação com o outro, na questão do desejo. A sua atualidade, no Brasil de hoje, mais de 20 anos depois, me assusta:

Sonhar um futuro ganhou uma dimensão mais mesquinha e tornou-se apenas sonhar o próprio futuro e um futuro bem imediato: o emprego, o salário, a possibilidade de continuar vivo diante das regras básicas da vida civilizada. A revolução que efetivamente conhecemos é a contra-revolução: o aumento da

miséria, a desagregação dos laços de solidariedade, o rompimento das regras de civilidade (...) um futuro deve ser um desejo e não uma fatalidade. Acredito que não podemos pensar um futuro sem passar pela questão da cidadania, quer dizer, das condições da efetiva partilhação do mundo e do direito de escolher o mundo que queremos. É bom lembrar que desejo é sempre um jogo com o outro, e que, portanto, o fortalecimento do desejo é também um fortalecimento das relações com o outro. A questão da comunicação é a questão do outro, a partilhação da diferença, o vínculo de desejo que nos une ao mundo. O futuro da comunicação é também um modo de pensar o futuro do desejo (Lázaro, 1993).

Notas

1. Citação de André Lázaro em O futuro deve ser um desejo e não uma fatalidade. In: *Revista da Semana de Comunicação da UERJ* - O futuro da comunicação: 9-10. Rio de Janeiro: UERJ, 1993.
2. Para Antonio Gramsci, as classes dominantes da burguesia, mantêm os seus intelectuais, que ele chamou de “orgânicos” com relação a estes grupos sociais. São “funcionários da superestrutura”. Seu trabalho opera sempre no sentido de configurar o mundo e a visão de mundo de acordo com os interesses das classes dominantes da burguesia.
3. Revista Veja, 01/02/2006.
4. <http://oglobo.globo.com/pais/manuel-castells-povo-nao-vai-se-cansar-de-protestar-8860333>. Acesso em 15/07/2013. A entrevista tem como tema as manifestações ocorridas em junho de 2013 no Brasil e as que têm acontecido em outros países da América Latina.
5. Trata-se de uma das mais graves miopias da administração empresarial, tanto privada como pública no Brasil, delegar a fornecedores, ou seja, a terceiros, o desenvolvimento de estratégias de comunicação. Cria-se a cultura da terceirização sem instituir, nessa terceirização, a função de um “segundo” para lidar com o terceiro. Terceiriza-se inteligência estratégica, o maior patrimônio de um empreendimento.
6. Material desenvolvido e cedido pelo professor de Comunicação, Marketing e Publicidade, Fernando Ponce Maranhão.
7. Para uma compreensão mais aprofundada desse fato e das *personas* profissionais em publicidade e propaganda, sugiro a leitura de *Ideologia do publicitário*, de Zilda Knoploch (Editora Achiamé, 1980). O trabalho faz uma aproximação da “tribo publicitária” instrumentalizada pela antropologia.
8. *Marketing Management - Analysis, Planning and Control*.
9. *Principles of Marketing*.
10. Material desenvolvido pelo professor Fernando Maranhão como apoio às suas aulas. Departamento de Publicidade – Faculdade de Comunicação Hélio Alonso, 1994.

Referências

- BAUDRILLARD, Jean. *Le système des objets*. Paris: Gallimard, 1968.
- BILLOROU, O. *Introducción a la publicidad*. Buenos Aires: Editorial El Ateneo, 1987.
- CANCLINI, N. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- CASTRO, B. *Infomanagement - a gestão da informação como uma arma estratégica para a competitividade*. São Paulo: Exame Vídeo/Abril Vídeo, 1995.
- CECCATO, I. Ideologia e responsabilidade social da propaganda. *Eletras (UTP)*, v. 20, p. 48-56. Paraná, 2010.
- CORRÊA, R. *Planejamento de propaganda*. São Paulo: Global, 1986.
- DEMARTINI, N. A dialética conceitual da publicidade e da propaganda. In: *XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom*. Recife: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 1998.
- FERREIRA, A. *Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa*. Curitiba: Positivo, 2004.
- FLUSSER, V. *O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade*. São Paulo: Annablume, 2008.
- GRACIOSO, F. Propaganda institucional: a nova arma estratégica das empresas orientadas para o mercado. *Revista da ESPM*, 2, v. I: 31-33. São Paulo: ESPM, 1994.
- _____. A estrada real da propaganda. *Revista da ESPM*, v. III: 7-11. São Paulo: ESPM, 1996.
- IRIBURE, A. *As representações das homossexualidades na publicidade e propaganda veiculadas na televisão brasileira: um olhar contemporâneo das últimas três décadas*. Tese de doutorado em Comunicação e Informação – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: 2008.
- KORFF, D. Gilda. O discurso publicitário: desvendando a sedução. *Revista Comum*. Faculdade de Comunicação Hélio Alonso. Rio de Janeiro: julho/dezembro 2006, v. 12 – n. 27.
- LÁZARO, A. O futuro deve ser um desejo e não uma fatalidade. *Revista da Semana de Comunicação da UERJ - O Futuro da Comunicação*: 9-10. Rio de Janeiro: UERJ, 1993.
- LEAL, Jorge Tadeu B. O marketing da comunicação de marketing. *Revista Cadernos*. Faculdade de Comunicação Hélio Alonso. Rio de Janeiro: dezembro 1996, n. 4.
- NOVAES, C. *Publicidade: é possível escapar?* São Paulo: Paulus, 2004.

- RODRIGUES, J. Carlos. *Antropologia e comunicação: princípios radicais*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2008.
- QUESNELL, Louis. A publicidade e sua “filosofia”. In: *Os mitos da publicidade*. Petrópolis: Vozes, 1974.
- QUESSADA, D. *O poder da publicidade na sociedade consumida pelas marcas. Como a globalização impõe produtos, sonhos e ilusões*. São Paulo: Futura, 2003.
- RANCIÈRE, J. *O espectador emancipado*. Lisboa: Orfeu Negro, 2010.
- ROCHA, E. Publicidade e razão prática. In: *Magia e capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- TAVARES, F. Publicidade e consumo: a perspectiva discursiva. *Revista Comum*. Faculdade de Comunicação Hélio Alonso. Rio de Janeiro: janeiro/junho 2006, v. 11 n. 26.
- TOSCANI, O. *A publicidade é um cadáver que nos sorri*. Rio de Janeiro: Ediouro, 1996.

Resumo

Há necessidade de reposicionar a noção de convergência muito além do aspecto tecnológico. O deslocamento produzido pela comunicação em rede na publicidade, na atividade de relações públicas e na comunicação de *marketing* em geral, aponta para o reposicionamento dessas atividades e indica a necessidade de repensá-las levando em conta a coexistência dos esforços no mesmo território: a construção de um valor a ser comunicado, percebido, introyetado e mantido.

Palavras-chave

Publicidade - Relações Públicas - Valor - Comunicação de *Marketing*.

Abstract

It is necessary to reposition the notion of convergence beyond the technological aspect. The displacement caused by network communication in advertising, in the activity of public relations and marketing communications in general, points to the repositioning of these activities and indicates the need to rethink them taking into account the coexistence of efforts in the same territory: the construction a value to be communicated, perceived, introyected and maintained.

Keywords

Advertising - Public Relations - Value - Marketing Communication.

Pensando em fragmentos: as perversões da hipermodernidade I

Ivo Lucchesi

1. Impasses presentes, tanto sistêmicos quanto existenciais derivam de estratégias político-econômicas formuladas pelo ideário da modernidade, com direta repercussão na formação (e deformação) da subjetividade. Ou seja, o projeto da modernidade prometeu a emancipação do indivíduo. Todavia, a julgar pelo perfil com que se apresenta a contemporaneidade, deduz-se que a promessa tem configurado um confinamento a experiências frustrantes e sofridas.

2. O curso da modernidade se pauta numa aventura na qual o “sentido” ora é orientado pela utopia, substituída pelo “culto ao devaneio”, ora é desvirtuado pelo efeito da simulação, protagonizado pela tecnologia. É nesse jogo oscilatório que se alarga o espaço para a radicalização da crise. Enquanto a prevalência do “devaneio” direciona para o “fanatismo”, a “simulação” costura, passo a passo, o véu que, encobrando a realidade, promove a “falsificação do *cogito*”, sob os auspícios do Sistema Industrial Midiático (SIM)... Na verdade, ... é o SIM... (que é Não...)

★★★

3. A construção do modelo ocidental investiu numa trama capaz de aprisionar o que seria o “troféu da modernidade”: o sujeito. Para tanto, o sentido da vida tem sido paulatinamente divorciado do exercício analítico e interpretante. A análise e a interpretação, habituais parceiras da utopia para o desvendamento do mundo, foram tragadas pelo regime da informação, alimentando a consciência por meio de retalhos geradores de uma “sintaxe fraturada” ou descontínua. Como valor agregado, soma-se a esse quadro o “culto à velocidade” (“dromologia”, segundo Paul Virilio), retirando do processo de subjetivação o “sentido da experiência” antes alimentado pela “duração” e “intensidade”. À sucessão rápida, em parceria com situações e conteúdos desconexos, sucede um acúmulo de vivências a impedir o enraizamento com o qual se formaria a “substância subjetiva”, razão por que o processo de deterioração da “substância” deixa no ser o vazio¹. Enfim, as radicais transformações impregnaram com incessantes taxas de “ruído” o pulsar compassado da vida, projetando o sentido da existência num ritmo acelerado que inviabiliza (ou distorce) a experiência ontológica, em favor de uma instância ôntica.

★★★

4. Diferentemente do que, por longo tempo, marcou a cultura ocidental, a *hipermodernidade* parece caracterizar-se por um modelo no qual o envolvimento dos seres com a vida tende a um progressivo comprometimento com as relações desconexas e não-lineares, o que estimula e reforça o deslizamento do sentido, sob a tutela das novas “ferramentas” que instauram a “comunicação tecnicada”. Nesse aspecto, pois, rádio, televisão, computador, celular, formação de redes, interatividades eletrônicas, em combinação com o consumo de ativadores químicos, como droga (e variantes) passam a ser “agentes intercessores” (ou “interventores”) que consolidam a dispersão do cogito, acarretando a “dissolução da memória”.

★★★

5. O sistema educacional, principalmente nas duas últimas décadas, vem sendo cooptado pelo aceno sedutor de duas fontes outrora alheias à natureza própria de um saber por cuja tutela se fazia responsável a escola: a mídia e a tecnologia. A contaminação exercida por ambas, notadamente na experiência brasileira, tem colaborado para a distorção do que seja o efetivo conhecimento. A primeira, envolvendo mídias impressa e eletrônica, passou a ditar o padrão de linguagem num patamar de crescente rebaixamento, não indo além dos

registros popular e coloquial, o que afeta a aquisição de novo vocabulário. Tal sintoma é inclusive verificável nos materiais didáticos. A segunda dita o grau de “modernização” ao qual se agrega o atestado de maior ou menor eficiência, ou seja, a qualidade de ensino tem sido medida pelo maior ou menor acervo tecnológico com que uma escola se municia.

A situação acima descrita dá conta de que as planilhas de custo das escolas brasileiras (com agravamento em escolas da rede pública) destinam cada vez mais investimentos em “equipamentos” do que em “equipe docente qualificada” e acervo bibliográfico de reconhecido suporte intelectual. No cômputo geral dessas deformações, observa-se que, associado às mais sofisticadas “ferramentas” da linguagem, se encontra um pensamento defasado em criticidade, potencial analítico, baixa capacidade de concentração e abstração. O resultado dessa brutal deformação e inversão de prioridades concorre para o culto à banalidade e à apologia da infantilização, aspectos comportamentais e mentais verificáveis igualmente no estágio universitário.

6. O processo de degeneração do sistema educacional não está divorciado de uma situação familiar igualmente empobrecida e não menos afetada pelas duas razões já pontuadas. O saldo é um padrão societário firmado em patamares precários com horizontes não menos sombrios, salvo qualquer radical transformação. Em nenhuma das duas esferas (escola e família), vislumbra-se o refortalecimento do princípio da autoridade. Também os agentes que deveriam preencher tal requisito (professores e familiares) se revelam, em sua maioria, destituídos de preparo necessário. Os poucos focos de resistência tendem a ser neutralizados pela massa de modelo oposto. Observa-se, portanto, que, à política de alta concentração de renda, se une intensa deformação do conhecimento. Em lugar de um saber enraizado na experiência reflexiva, privilegiam-se conteúdos funcionais e instrumentais que apenas fortalecem o embrutecimento cultural.

A configuração aqui exposta encaminha para a constatação de que os modos de *ler*, *ver* e *ser* se encontram afetados naquilo que, em sentido contrário, deveria representar a emancipação do indivíduo, condição indispensável à multiplicação de massa crítica em âmbito coletivo. Em última análise, o modelo vigente propõe ao indivíduo um estilo de vida no qual prolifera a “reificação das relações humanas”², conforme, em tempos mais distantes, Georg Lucáks, seguido de Lucien Goldmann, e, mais proximamente, Gilles Lipovetsky, com

um recorte conceitual voltado para a qualidade subjetiva da existência, flagram em suas obras. Um passo adiante foi dado no agravamento no que concerne ao conceito de “reificação”. Agora, a “reificação” não se situa apenas nas relações entre capital e trabalho, como processo de dominação engendrado pelo estágio anterior do capitalismo, aspecto sobre o qual se detiveram Lukács e Goldmann. De lá para cá, houve mutações, àquela época imprevisíveis.

A situação presente aponta para algo de superior preocupação, na medida em que o desdobramento para o estágio atual do capitalismo implica o processo de reificação instaurado na relação entre o indivíduo e a cultura dominante, ou seja, o ser é reificado não mais no seu fazer mas também em quanto do que colhe na “cultura” oferecida (ou imposta). Em certo sentido, diríamos que a recente estratégia do capitalismo incorporou a “ditadura do proletariado”, aplicando-a ao campo da cultura, com base no critério de “gosto dominante”, a fim de expandir o lucro. Desse modo, em vez de os segmentos menos sofisticados ascenderem a um nível estético mais enriquecedor, a perversão capitalista fez descer os supostamente mais letrados aos produtos “culturais” simplórios (quando não toscos). É óbvio que, em qualquer época, a cultura propriamente dita nunca esteve ao lado de grandes massas populacionais; logo não é esse o ponto. A questão se aloca em outra esfera: a visibilidade e a difusão. A passagem do S.I.M. para o controle de corporações do capital findou, em nome de audiência e vendas, por levar os subprodutos da “cultura” às vitrines³. Essa foi (e é) a alavanca que firmou o pacto “fáustico” entre a Indústria Cultural e a lógica da quantificação, sob a mediação do S.I.M. Ancorado à “ética do lucro”, o grande capital, na esfera midiática, se encarrega de hiperbolizar e realimentar a “estética do grotesco”⁴.

7. A reflexão sugerida pelo primeiro fragmento faz identificar um corpo societário que, em face de sua exposição a modelos educacional e cultural vigentes, revela em seu interior dois espectros de subjetivação que procuramos tipificar nas classificações de *subjetividade descentrada* e *subjetividade prospectiva*.

8. Trata-se de uma tensão das mais graves, em razão da profunda e corrosiva fratura a ameaçar a convivência do corpo societário em níveis equilibrados e saudáveis. Talvez nessa preocupação se situe o grito de alerta de Kristeva na parte inicial de seu livro *Sentido e contra-senso da revolta*, pensamento ao

qual aludimos no limiar desta escrita. Ao que tudo indica, está em curso amplo processo de degradação dos valores, amesquinhando o significado de “ética” e “justiça”, tendo como pano de fundo a barbarização cultural. Esta possivelmente haverá de constituir-se na grande luta política da contemporaneidade, por compreender residir aí o principal descaminho do Ocidente, cujo ideário dominante parece indicar, sob tutela dos interesses do “mercado”, a asfixia dos impulsos criativos e vigorosos. Sob tal paradigma, a “forma” parece encarcerada num “formato”, a exemplo do que sinaliza o ensaísta Manuel Antônio de Castro (1994: 92): “A forma enquanto ideia subsiste no *formato*. O *formato* enquanto ideia é natural à forma”. Absorto na facilidade em serializar a produção, o ser abdica de sua dimensão existencial para entregar-se ao ente. Reificado pelo império da técnica, o indivíduo se vê lançado a um mero devir sem projeto. É nesse contexto que ganha espaço a barbarização da cultura. No que a cultura deixa de ser uma extensão do ser, nada lhe resta senão a condição de um “produto” para o “mercado” ao qual o consumidor-mercadoria recorre para uso descartável. O livro, o filme, a peça de teatro, a música, a dança, tudo se confina nas frias fronteiras de um “formato” que como tal perde a capacidade de nutrir no receptor reverberações. O enredamento criado subtraiu o sentido e tornou inútil a *interpretação*. Na sucessão de perdas, esvai-se a vida como aventura. O revigoramento, portanto, da interpretação, na contramão do pensamento de Susan Sontag, representa, na atualidade, um ato de revolta, em sintonia com a proposição de Julia Kristeva, contra a hegemonia da pasteurização cultural.

9. O modelo cultural que se faz presente na *hipermodernidade*, orientado pela serialização do *formato*, tende a neutralizar os efeitos subjetivos da *experiência*, potencializando a multiplicação do perfil com o qual se caracteriza a *subjetividade descentrada*. Em meio ao assédio permanente de desconexões, truncamentos e ofertas estonteantemente diversificadas, a subjetividade se vê divorciada de retenções capazes de sedimentar sinapses, ou seja, a cognição e a percepção ficam expostas ao devaneio e à realimentação das disjunções, enfraquecendo o sentido da vida como narrativa, e da história como processo. O desenho, portanto, com o qual se expõe a *hipermodernidade* conspira contra o sentido da consciência histórica, tema de que tanto tratou Hans-Georg Gadamer, seja em *Verdade e método*, seja em *O problema da consciência*

histórica. É desta que extraímos a afirmação: “Ter senso histórico significa pensar expressamente o horizonte histórico coextensivo à vida que vivemos e seguimos vivendo” (1998: 18).

10. No quadro engendrado pela *hipermodernidade*, tudo precisa existir para neutralizar e afastar a ameaça que potencialmente o incômodo do *sentido* possa gerar no vazio existencial do qual se nutre a *subjetividade descentrada*, a deslizar no devaneio, na vacuidade da existência. Como tal, esta se perfila perante a vida na condição de “eu pensado”, cuja missão única consiste em reproduzir o significado, cristalizado pelo discurso oficial. Em contraposição, a *subjetividade prospectiva* que, para tanto, se estrutura como “eu pensante”, tem o encargo de produzir o sentido, exposto sempre ao risco de uma recusa por parte do “senso comum”. Em última análise, o duelo entre os dois perfis finda por lançar no palco da vida um enredo de complexa estrutura e de nebulosa visibilidade. É um cenário com turvas imagens que facilmente tendem a gerar compreensões equivocadas, principalmente na dimensão política da vida quanto à questão da democracia.

Sendo o critério quantitativo o vetor com o qual se legitima o processo democrático, não é pouco frequente a facilidade de instaurar-se a inversão de valores. A pressão exercida pela voz majoritária articulada pelo *descentramento* fixa a “ditadura da maioria” sob a força imperativa do “pensamento único”, asfixiando a respiração do pensamento prospectivo, levando por vezes ao seu completo isolamento.

11. O propósito a conduzir as reflexões quanto à procedência e à destinação da arte no presente quadro societário foi o de eleger como foco central a questão da arte, tentando responder a um desafio: com o mundo configurado como está, que presença, na realidade posta, assume a arte? Diante do problema formulado, lançamo-nos a um exercício de reflexão do qual podemos extrair algumas observações portadoras de algum teor conclusivo, conforme a seguir passaremos a declinar.

12. É indispensável à existência da arte um impulso de natureza individual, fruto de uma subjetividade que, perante o mundo ofertado, a ele reage com um gesto interventor: o ato criativo. Com base em tal premissa, creditamos à arte, como origem, um movimento autoexpressional. Claro está que a arte é expressão, porém nem toda expressão é arte, como bem ressalta Ferreira Gullar em *Argumentação contra a morte da arte* (cf. bibliografia). A expressão adquire sustentação estética a partir de uma elaboração criativa da linguagem, cuja substância deriva de profunda experiência entre o ser e a realidade. É nessa perspectiva crítica que associamos o ato fundador da arte ao imperativo do *desejo*. Como tal, o ser se entrega à experiência da *verdade*, na ânsia de, com o que faz, potencializar a prática comunicacional. Recupera-se, pois, o pensamento exposto por Gadamer em *Verdade e método: traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica*, tanto na primeira parte (“A liberação da questão da verdade desde a experiência da arte”) quanto na parte segunda (“A extensão da questão da verdade à compreensão nas ciências do espírito”) da qual retiramos a seguinte afirmação: “A verdadeira experiência é aquela na qual o homem se torna consciente de sua finitude. Nela o poder fazer e a autoconsciência de uma razão planificadora encontram seu limite” (1997: 527).

13. O atingimento do “*limite*” define uma *forma* que, no âmbito da arte literária, em função de um apelo mais intenso aos temas do amor, da paixão e do erotismo, se realiza no *discurso metafórico do desejo* a expressão ideal da lírica. Se, por outra, a subjetividade se vê mais tocada pelo tema do poder, do conflito e do embate com as forças da natureza ou das relações societárias, então o artista tende a eleger a expressão épica na forma de um *discurso alegórico do poder*. Por fim, se a demanda subjetiva for na direção de um entrave profundo com a existência, a expressão do trágico ao ser apresentar-se-á como o mais pleno dos recursos, sob a forma de um *discurso metonímico da crise*.

14. A vida, se dissociada de uma dimensão de gravidade, resulta em mera entrega do indivíduo à mecânica sucessão de acontecimentos e impactos dos quais apenas se absorve epidérmica alegria ou imobilizadora aflição. Nenhuma das duas, porque meras sensações, serve de suporte existencial para a arte. Quando muito, redundam em terapia estética. Deste modo, tentamos retratar

que desejo, verdade e experiência se tornam instâncias subjetivas inseparáveis a desembocarem na *dor*. Todavia, alertamos que não é a “dor” em si o fundamento a alimentar o impulso estético. Assim é que propusemos três níveis diferenciados acerca da “dor”: a dor que cala, a dor que fala e a dor que cria (artigo publicado na *Comum 14* – cf. bibliografia). Somente a dor que contém, como lembra Cioran, a “ferocidade”, à altura de projetar a obra na vitrine da perenidade, ou seja, a dor que cria, é capaz de derrotar a morte. Em direção oposta parece caminhar o modelo da *hipermodernidade*. O indivíduo filiado à *hipermodernidade* acredita poder erradicar a dor por simulacros químicos e pacotes pseudoculturais e terapêuticos, de modo a suprimir a sintomatologia sem maiores elaborações subjetivas. Nada, pois, lhe resta para além da “dor que fala” ou da “dor que cala”. Nessa moldura, a arte se enfraquece e cai prisioneira do “evento” e do “mercado”, vitimada pelo império da lógica quantificadora.

15. Na pólis da *hipermodernidade*, o “lugar” da arte deixou de ser habitado pela *verdade do ser*, em favor da *vontade de sucesso*, o que desvirtua na essência o fazer artístico. O elo entre ser e projeto está, pelo menos temporariamente, desfeito. Em parte, a leitura equivocada das veredas abertas pelas vanguardas entre fins do século XIX e início do século XX e a excessiva importância a elas destinada colaboraram para o desfecho presente. Vozes estrangeiras, como Harold Bloom, Julia Kristeva e Alain Badiou, somadas a outras nacionais, como Ferreira Gullar, Affonso Romano de Sant’Anna e Leyla Perrone-Moisés, traduzem, a despeito dos diferentes tons, o grito do levante possível. Talvez estejamos à beira de uma nova “cruzada” em favor de uma transformação da qual possa ressurgir a arte em sua legítima expressão. Cabe aqui o aceno deixado por Alain Badiou numa de suas entrevistas⁵:

(...), se a vanguarda esgotou seus recursos, não devemos retornar aos sistemas antigos de representação, seja a figuração na pintura, a tonalidade na música, a narração objetiva na literatura ou a teatralidade simplificada no cinema. A visão pós-moderna de um ecletismo livre que mistura épocas e culturas também me é estranha. Procuo um novo conceito de *verdade* (grifo nosso) e não cederei às tentações do relativismo cultural. Para mim, trata-se de inventar um novo realismo, uma capacidade formal de dizer, universalmente, nossa situação no mundo (...).

A declaração de Badiou a respeito da arte não dispensa uma íntima inter-relação com a política. Compreende Badiou, como de resto vasta tradição crítica desde os escritos de Marx, que a reinvenção da arte não se dissocia do esforço de se reinventar uma atitude política. Com base nesse pressuposto, no corpo da mesma entrevista, o teórico sentencia⁶:

Precisamos primeiro redefinir o que é uma política “de esquerda”. A questão hoje não é exatamente a existência de orientações políticas, mas a existência da própria política. Depois do fracasso dos Estados pós-revolucionários, estamos diante da tarefa de desenvolver um projeto completo de emancipação coletiva. Nós estamos ainda no estágio experimental desse projeto. Mas uma coisa é certa: devemos romper com o sistema de representação parlamentar e com a ideologia “democrática” ocidental. Essa ruptura será facilitada por uma evidência: cada vez mais esse “democratismo” apenas serve para encobrir as intervenções militares e as ingerências, particularmente do Exército norte-americano, mas com a cumplicidade ou com a resignação covarde dos europeus e japoneses. É necessário experimentar outras vias e romper com o monopólio exigido pela “democracia” (idem).

16. A expressão artística vive, sob a voz imperativa da *hipermodernidade*, o combate sistemático de um campo de força que, como em nenhuma época anterior, tem conseguido sufocá-la. Tal processo encontra o *formato* adequado nos “filtros de representação” encarregados de difundir uma imagem de mundo e um sentido de vida, capazes de silenciar, já na infância, o impulso reativo. O peso exercido pela avalanche da multilateralidade da informação parece inibir o gesto inicial do qual a consciência necessita para acionar o estado mental propício à *interpretação*. Divorciado da iniciativa em querer interpretar, o ser se distancia também de uma querência libertária. Não há ambiência salutar para a autoexpressão artística, se nela não se fizerem presentes a interpretação, a liberdade e a necessidade. Não seria, pois, demais recordar-se a afirmação conclusiva de Schelling (2001: 46): “Arte é, por conseguinte, uma síntese ou interpretação recíproca absoluta de liberdade e necessidade”.

★★★

17. No berço da modernidade, colidem, pelo menos, duas vertentes que muito se distanciam quanto ao sentido da vida: numa se alinham Maquiavel e Hobbes; noutra, está Montaigne, seguido de Descartes. Com o primeiro par, revela-se a razão como saber-poder; com o segundo, a razão é saber-afirmação. Nesta, a moldura do Ocidente oferecia um quadro de auspiciosa esperança na redenção da vida na qual o sujeito pudesse reinar como soberano de si mesmo. Algo, no entanto, abalou os alicerces dessa construção e o projeto esboçado desandou: o próprio conhecimento, não por sua natureza mesma, mas por sua utilização e destinação. O ideário aristocrático e o imaginário burguês não souberam (ou não quiseram) investir na “utopia da inclusão”, fazendo vingar a razão excludente. Montaigne e Descartes perderam para Maquiavel e Hobbes. A lógica do “leviatã” predominou sobre a perseverança de Montaigne e o autocentramento de Descartes. Numa das passagens de seus *Ensaio III*, Montaigne não deixou de assinalar o sintoma da falência:

A gente de hoje está tão afeiçoada à agitação e à ostentação, que a bondade, a moderação, a cordura, a constância e outras serenas qualidades não lhe apetezem. Os corpos ásperos impressionam o tato; os lisos deixam-se manusear sem que os percebamos. Sente-se a doença; não a saúde, ou muito pouco, como não sentimos o que nos agrada e sim o que nos oprime (Montaigne, 1972: 463).

Como autênticos sensores, na antevisão do inevitável embate, ali, no limiar do século XVI, as vozes de Erasmo de Rotterdam e Thomas More registravam o brado de alerta. O Ocidente preferiu não lhes dar atenção. O real, como construção em aberto, foi tragado pela realidade dos acontecimentos.

★★★

18. De acordo com as pontuações críticas sintetizadas no texto introdutório a estas formulações conclusivas, duas concepções, ambas centradas na “razão”, pavimentaram a construção da modernidade: uma com base na crença afirmativa do sujeito; outra calcada na consolidação do Estado; portanto, a história da modernidade encontra seu entrave maior na tensão entre o pensar filosófico de inspiração socrática e o pensar político enraizado em Platão. Indivíduo x *pólis* pode, num exercício de máxima síntese, traduzir a tensão que jamais se desfez. Daí, pois, decorre o insolúvel conflito, o divisor de

águas no leito caudaloso da modernidade: a razão, conforme assinalamos no corpo do capítulo, compreendida como o *instrumento do aprimoramento humano* (razão humanizadora), em oposição ao entendimento da razão na condição de *instrumental da dominação* (razão opressora).

19. Esvaziada de prestígio, embora permaneça como suporte do projeto civilizatório ocidental, mas sob severo controle ditado pelas injunções do capital, a razão, em cujas bases se assenta a trajetória da modernidade, ainda se revela o pressuposto fundamental para o desdobramento da história. É a razão que ainda direciona aventuras e desventuras da condição humana, embora esta, abrigo suas próprias contradições nas quais a mesma razão reina, lhe dedique um certo olhar de descaso.

20. Coube a Kant empreender, com invejável esforço de reflexão imaginativa, o equacionamento possível no que já era irremediável fratura. Kant parece desesperadamente querer salvar o sujeito de uma fatal condenação histórica. Todavia, também faltou a Kant a percepção de que a razão, suporte edificante do sujeito, teria de incluir a territorialidade das emoções, atalho que viria a ser trilhado mais tarde por Freud. O primado do *cogito* (socrático, cartesiano e kantiano) não soube levar em conta a relação triádica: sujeito – subjetividade – subjetivação. O Sujeito Transcendental de Kant já pressupõe a mediação por algo que está fora do ser. Para Kant, a transcendência reclama uma construção objetiva: a obra, fruto do conhecimento. Não há na problematização filosófica de Kant lugar para o drama do sujeito consigo mesmo, embora antes dele Rousseau tivesse denunciado o sintoma. Kant não abdica da ideia de que a história se constrói pelos desígnios de uma razão comandada pelo sujeito. Nessa insistência, talvez já se escondesse em Kant o temor pelo contrário. A propósito dessa questão, faz-se oportuna a afirmação de Ronaldo de Melo e Souza (1986: 56): “A maior astúcia da razão antropofílica consiste em anunciar continuamente a morte do homem para protelar indefinidamente a sua sobrevivência como protagonista único e exclusivo da história”.

21. Ao tratar-se do Iluminismo – ou quando se suspeita que o projeto iluminista fracassou – estar-se-á efetivamente promovendo recorte crítico correto? Não será, talvez, mais apropriado pensar-se que foram formuladas concepções iluministas? Nesse caso, vislumbrar-se-iam três matrizes: francesa, alemã e inglesa. Cada uma delas, sem abdicar na aposta da razão, procurou soluções próprias. A matriz francesa (Voltaire, Rousseau e Diderot) centrou o foco na história e no direito, privilegiando a lógica dos acontecimentos e a ética da propriedade. A despeito das diferenças presentes em Voltaire, Rousseau e Diderot, a proposição iluminista francesa ainda anseia e proclama a redenção possível do humano. A matriz alemã (Lessing, Kant e Fichte) tenta o caminho pela filosofia, pondo em relevo o pensamento como sistema de ideias. Seu investimento é na eficácia do conhecimento, tentando fixar a parceria entre a arte e a filosofia.

22. Por fim, a matriz inglesa (Adam Smith e Stuart Mill), em plena sintonia com o expansionismo colonialista e mercantil britânico, conduz a razão iluminista em direção à economia, priorizando a lógica do capital. É esta terceira vertente que enfraquece a tentativa de implementar a emancipação do indivíduo pelo conhecimento. A entrada em cena da lógica quantificadora recupera os fundamentos alocados nos escritos de Maquiavel e Hobbes e revitaliza a eficácia do conhecimento para o culto à produção. É nessa terceira proposta, portanto, que o modelo capitalista, de inspiração liberal, redireciona sua prática, abrindo as portas para a razão instrumental, cujo dado consequente redundaria no pragmatismo no qual a inserção da economia como base para o desdobramento civilizatório representa a grande alavanca para o desenvolvimento.

23. Efetivamente é ao longo do século XVIII que se prefigura o início do desencanto de uma certa concepção de modernidade. A voz que melhor traduz esse sentimento é a de Rousseau. Dentre todos que o precederam e aqueles que o sucederam, Rousseau é quem chama para si a vivência profunda, extraída de uma constatação do que se lhe indicava como irreversível. Entre a obstinada perseguição da transparência da vida e do caráter e a inevitabilidade do reconhecimento de que a vida está sempre recoberta por um véu, Rousseau, diferentemente de Voltaire, finda por isolar-se ao sentimento trágico com o

qual haveria de marcar-se o novo “lugar” do intelectual. O “novo lugar” do intelectual passaria a ser ora invadido pela cooptação, ora pela marginalização. Em outras palavras, o “lugar” destinado para o intelectual – uma invenção do século XVIII – nasceu já com o vaticínio de sua própria morte. Não é difícil concluir que, após Rousseau, linhagem de pensadores, independentemente de seus recortes teóricos, acabou servindo de fontes de fortalecimento das construções sistêmicas. Kant, Hegel, Marx, entre outros, inspiraram (e continuam inspirando) as metamorfoses do capitalismo.

24. Rigorosamente, o intelectual – quando de modo efetivo assim é reconhecido – apenas se move numa órbita errática, fadado ao desconforto permanente imposto pela razão profunda de um pensar que insiste em pontuar, na linha imaginária do horizonte, a dúvida. O dilema do intelectual é incompatível com as decisões exigidas pelos meios de produção. Também a dúvida não comporta as soluções rápidas requeridas pela esfera política. O tempo da urgência cobra certezas, mesmo que sejam falsas. Enfim, o ritmo da história não dialoga com o compasso da reflexão. *A hipermodernidade* tem condenado o intelectual à insularidade que, quando dele necessita, para alguma legitimação, o expõe como figura decorativa.

25. Preocupado com o agravamento das questões sociais e, isolado na incomunicabilidade de seu discurso, o intelectual, sob o impacto da contemporaneidade nervosa, sente progressivo esvaziamento, constituindo, entre a sua reflexão e a dinâmica dos acontecimentos, uma presença sem referências que finda na instauração de um círculo vicioso, a despeito de seu pensar trazer a possibilidade de sinalizar rumos capazes de promoverem a reversibilidade de tudo o que, no atual teatro dos horrores, se manifesta como intensificação e superposição de crises, cujo resultado aponta para certa tendência ao imobilismo majoritário dos indivíduos.

26. Por outro lado, é desse mesmo descompasso entre a atitude do intelectual perante a vida e a intimação pragmática cobrada pela ordem sistêmica que poderá emergir o perfil de um novo intelectual liberto de seu confinamento e disposto a produzir o distúrbio necessário. Nessa direção, cabe aqui relembrar o pensamento de Eduardo Portella (1983: 21):

O intelectual puro, essa inútil relíquia de épocas pretéritas, ao perder o lugar, perde o sentido. Faltar-lhe-á sempre aquela dose imprescindível de mescla, de alteridade, de impureza mesmo. Sobre as ruínas da sua cátedra orgulhosa, onde ainda se exhibe um magistério prepotente e ocioso, terá de erguer-se um sujeito histórico concreto, habilitado para exorcizar muito dos principais fantasmas exaltados pelo transcendentalismo crepuscular; em condições de ultrapassar, ou encaminhar realisticamente, a sua própria crise de identidade.

27. É possível que a expansão dos conflitos e a progressão de desafios, em todos os níveis da vida contemporânea, contribuam para a revalidação do intelectual como agente intercessor e parceiro das transformações emancipadoras, sepultando tanto o intelectual fisiológico quanto o intelectual ascético que redundaram no “intelectualismo”, remetendo-nos, uma vez mais, ao registro crítico de Eduardo Portella:

O intelectualismo confunde ainda erudição e cultura, esse em nome da primeira reproduz uma postura aristocrática, vazia de serventia pública, sob a égide da segunda resvala no culto do populismo demagógico. Nos dois pólos, embora por motivos diversos, continua submerso o próprio equívoco (ibidem: 24-25).

28. A progressiva formação de uma sociedade de massa, paralelamente à implementação definitiva da Revolução Industrial se encarregou de demonstrar quanto antigos projetos dariam início a sepultamentos. Referimo-nos à “crise das quatro categorias”: indivíduo, identidade, sujeito e subjetividade. A massa neutralizou a individualidade, a reprodução corroeu a identidade, a indústria cultural formatou a produção do discurso, anulando o sujeito e, por fim, a subjetividade ficou restrita a um reduto regulado pela emocionalidade do cotidiano. A modernidade se viu subtraída em sua dimensão mítica, deixando à vista de todos a falência dos possíveis benefícios conquistados pelo progresso. Como compensação, devolve à existência flagelada o consumo que vai de bens duráveis a bônus descartáveis, enquanto resíduos do ser são diluídos pela multidão. Essa percepção podemos detectar nas escritas ficcionais de E.

A. Poe, no conto “O homem das multidões”, e Machado de Assis, no conto “Um homem célebre”. Refletem ambos a lenta marcha de um narrar em direção ao vazio e ao sem sentido. É um sintoma que Dostoiévski ainda tentou frear. Todavia, o olhar implacável de Kafka se impôs. Nada mais haveria por ficcionalizar, senão o mergulho do ser no abismo. A escuridão do absurdo se chocou contra a iluminação artificial de uma sociedade iludida.

29. Na descaracterização crescente das quatro categorias, surge na paisagem da aturdida modernidade – já a caminho da *hipermodernidade* – um novo perfil circulante nas grandes cidades: o *eutro*. Nem o “eu”, nem o “outro”. É um ser *esquizo*, fruto de uma simbiose emoldurada pela cultura de massa. O *eutro* é uma subjetividade pasteurizada à procura de um equilíbrio apenas encontrável ao sentir-se portador de um discurso sintonizado com as vozes da maioria. Do ato de abdicar de sua autonomia discursiva e pensante, depende a sensação de bem-estar, ou seja, vive a *eutridade* como um estado de suspensão de sua dramaticidade. Seu consolo reside na simplória expectativa de lampejos de afirmação (sobre o tema da *eutridade*, remeto à revista *Comum 29* – cf. bibliografia). Para tanto, investe tenazmente no ver e no ser visto. Daí decorre a cultura do olhar (tema de artigo publicado na revista *Cadernos 3* – cf. bibliografia).

30. O desdobramento da crise que permeia o curso da modernidade põe em cena outra dualidade a envolver agora a relação do sentido com o que veio configurar a *cultura do olhar*. No reinado da *hipermodernidade*, vigora a dificuldade cada vez mais intensa da sobrevivência do sentido, por este defrontar-se, em desvantagem crescente, com a invasão totalitária imposta pelo império das imagens. Disto se pode extrair o leque de conclusões que a seguir formulamos.

31. Identifica-se em Baudelaire o registro do que se pode nomear de o início da derrocada do *sentido*. Da palavra incômoda do poeta parte o brado contra o devaneio, fruto do progressivo esvaziamento da vida como projeto afirmativo. Não é, por isso, o *flâneur* expressão de um “eu” em êxtase e sim de um ser que, em estado de desespero, faz da *flanerie* o contraponto da própria agonia (cf. bibliografia). É um olhar suspenso no ar para melhor ver o que o

frenesi da “nova vida urbana” começava a subtrair do olhar do ser comum. É um “ponto de fuga” sem a renúncia ao fervilhamento da vida, em oposição à martirização de um isolamento nadificador. O *flâneur* sinaliza, portanto, a recusa a uma vivência calcada no aturdimento e na despersonalização de que se faz exemplo o “homem das multidões”, no conto de Poe.

32. No contraponto da modernidade, palco do *flâneur*, situa-se a versão da *hipermodernidade*, cenário do voyeur. Ao salto dos tempos, corresponde a diferença das mutações. Diferentemente da ânsia pelo olhar a distância sobre a totalidade possível com que se marcava o perfil do *flâneur*, o *voyeur* se deixa encantar e atrair pela maior aproximação que seu olhar possa ter em relação ao “objeto de seu desejo”. O *voyeur* é vítima de sua visceral subordinação aos estreitos limites ditados pelo “espaço”. Seu campo de visão não ultrapassa as fronteiras de uma tela, de uma lente, de um cenário recortado no qual esteja o que admira. Também ele é vítima de sua irremediável dependência dos retalhos do tempo, confinados à sucessão da mobilidade das cenas. O voyeur não controla a duração. Esta é sempre do “outro”. Ele escolhe para, em seguida, ser supliciado, razão pela qual o *flâneur* é orientado pelo sentido da liberdade, enquanto o *voyeur* é dirigido pelo sentido da subjugação. Seu olhar é aprisionado, no espaço e no tempo, por aquilo que ele próprio escolheu. Há um gozo masoquista no olhar do *voyeur*. Ele refuta a concretude do real, em favor da imaterialidade da “imagem”, deixando nele a sensação de que nada o atinge corporeamente. Ao *voyeur* também não interessa o sentido tecido numa cadeia narrativa. Ele se satisfaz com o fragmento, o capítulo, o momento que tanto parece surgir de um nada anterior quanto dele escapa num movimento fugaz, sem maiores consequências. O regime do envolvimento das sucessividades é substituído pelo regime da fratura das instantaneidades.

33. Na voracidade com a qual a *hipermodernidade* dita o ritmo acelerado, os acontecimentos, traduzidos em imagens e informações, subtraem da subjetividade o próprio impacto que supostamente eles produziriam. Assim, o *voyeur*, como consumidor compulsivo de imagens, não se dá conta do fracasso de seu próprio investimento. Cada vez mais inebriado pelo envolvimento imagético e, aturdido pela avalanche de informações díspares, o “viajante do olhar” acumula insatisfações, frustrações e esvaziamentos. O império da imagem (remeto a

artigo publicado na *Comum 33* – cf. bibliografia) diluiu o sentido, entorpeceu a interpretação e, por fim, congelou o olhar. Nesse quadro, também se perde a fronteira entre o sublime e o corriqueiro.

34. A tentativa de promover-se uma estratégia de combate à sucessão de deformações pelas quais a subjetividade tem sido atravessada esbarra no obstáculo organizado pela “rede” das quatro relações: *associativas, participativas, disjuntivas e conflitivas*. Conclui-se, pois, que a vivência subjetiva, sob assédio dos vetores da *hipermodernidade*, sofre atribulações de ordem conjuntural e sistêmica, conforme já foi aqui devidamente mapeado. Sinteticamente, no âmbito das *relações associativas*, situam-se as “armadilhas da tribalização” (em nível social) e as “redes de incorporação” (em plano econômico). Em ambas as circunstâncias, a vivência subjetiva se torna alvo de asfixia, repercutindo diretamente na dissolução do indivíduo.

35. No que se refere às *relações participativas*, multiplicam-se convocações direcionadas para o “ajuntamento”. Trata-se de sutil processo de “coletivização”, transformando o indivíduo, em nome da “vida-cidadã”, num “servidor não-remunerado”, pronto para ceder suas raras horas de repouso a benfeitorias societárias que outrora cabiam a setores governamentais. Para tanto, parece concorrer a pressão dos canais oficiais, em parceria com os meios de comunicação de massa, difundindo discursos e campanhas com o propósito de “institucionalizar” o processo da “servidão induzida”⁷. Percebe-se, portanto, na face oculta das *relações participativas*, uma das variantes da razão perversa. Esta, por sua vez, não passa de uma “inteligência” desenvolvida para amenizar custos e encargos que, na verdade, deveriam ser assumidos pela ordem do capital.

36. Quanto às *relações disjuntivas*, verifica-se o investimento na disseminação de intensos apelos de caráter sensorial, criando um enredamento sedutor sob o regime da excitação e da incitação. Como consequência, amplia-se o leque de ofertas, sob a liderança dos avanços tecnológicos. A rigor, a subjetividade vem sendo reduto de progressivo confinamento, em face da escassez da demanda. Cada vez menos, a vida moderna oferece ao indivíduo reservas de tempo interior. Em seu lugar, prolifera a solicitação ao uso do “corpo”, não

percebendo quanto essa demanda exterior (fixada pelo “outro”) e externa (oriunda de “situações”) inviabiliza o exercício de uma “temporalidade subjetiva”, provocando sérias e graves distorções no campo perceptivo, cognitivo, o que acarreta, sobretudo, o desprestígio do *sentido* e da interpretação.

37. Por fim, às *relações conflitivas*, afora os efeitos gerados pela confluência negativa das três anteriores, soma-se a ilusória e efêmera aposta no consumo, como espasmo último na obtenção de um significado para a vida. Na ebulição da *hipermodernidade*, a vida deixa de ser uma “experiência desafiadora”, além de destituída da noção de “projeto”, restando ao indivíduo, modelado pelo perfil dominante, a vivência crua de momentos desconectados e alheios ao sentido de qualquer “narratividade”.

38. O regime da dispersão e da dissipação do real pelas imagens ao qual se vê entregue o olhar do devaneio finda por fixar uma paisagem não menos desprovida de intensidade, instituindo um círculo vicioso a realimentar a patologia que cerca as figuras caricatas do *voyeur* e do exibicionista. Sob o fascínio exercido pela imagem, *voyeur* e exibicionista ignoram o significado para apenas se deixarem conduzir pela mera superfície do significante. São, pois, “personagens” tradutoras de uma cultura promotora da redução sêmica e da castração sígnica. A unidade de sentido e o signo são subtraídos, vigorando apenas o plano da imagem em sua exclusiva concretude.

39. Na “cultura do olhar”, a imaginação inquieta e, por vocação, criadora é destronada pelo apaziguado e reprodutivo imaginário. Nessa troca, erige-se amplo *shopping center* de imagens e modelitos societários a desfilarem sorrisos extraídos de alegria superficial que, à aparição de um primeiro revés, rapidamente se desfaz, dando lugar ao “olhar aturdido”, desprovido de qualquer compreensão para além do próprio espanto. Na “cultura do olhar”, o “ver” parece constituir-se num fim em si mesmo. Assim, “ter visto algo” sugere haver “conhecido” a coisa vista. Esta, porém, é apenas a primeira impressão que, como tal, é falsa. A ela imediatamente se segue a sensação de vazio ou de incompletude, responsável pelo mal-estar existencial, cuja razão, entretanto, não é diagnosticada, o que perpetua o modelo de vida, intensificando o grau de insatisfação existencial e, por extensão, ampliando a carga de tensões no plano societário.

40. O entorpecimento instaurado pela cultura visual, dado seu alto teor de apelo sensorial, indireta e involuntariamente, pode estar favorecendo certa indução ao “prazer” oferecido pela droga. Num certo sentido, o “mundo encantado das imagens” muito parece aproximar-se da “realidade virtual” patrocinada pela ação das substâncias químicas, presentes nas drogas de maior consumo. Nesse diferente modelo, o *signo-conceito* cedeu o posto para o *signo-móvil*. Nele prospera a subjetividade descentrada, base de fundação para a serialização do *eutro*.

41. A espiral desenfreada, oriunda do investimento no código visual e, desenhada pela Revolução Industrial, em aliança com a natural decorrente Revolução Tecnológica, não possibilita nenhum retrocesso. Pelo contrário, a tendência sinaliza na direção de processos ainda mais intensos e sofisticados, o que faz supor agravamento das situações presentes. Diante dessa constatação, nenhuma atitude política de perfil regressivo se revela crível. O atalho que ainda pode vir a oferecer-se como viável, na condição de reduto de resistência, localiza-se na esfera educacional, caso esta readquira uma função identitária afinada com a formação criticizante, ou seja, caminhar na contramão dos paradigmas dominantes. Para tanto, o sistema educacional teria de passar por profunda reestruturação, de modo a alinhar-se a um projeto centrado na elaboração de uma *pedagogia do olhar*. Sem deixar de incorporar as novas “ferramentas” tecnológicas, o modelo educacional deveria investir na capacitação docente e discente (em todos os níveis) para a “leitura crítica” das sintaxes visuais, paralelamente ao refortalecimento da “leitura imaginativa” das sintaxes verbais, pressuposto indispensável à construção do *olhar perverso*, em oposição ao *olhar ingênuo*. Tal reformulação é sobretudo imperiosa, em se tratando de realidades, a exemplo da brasileira na qual reconhecidamente vigora uma cultura que, originada na oralidade, passou à audiovisual, avaliação correta já pontuada por Luiz Costa Lima⁸.

42. A consequência de um modelo cultural fortemente centrado nas motivações do olhar encontra plena sintonia com a intensificação da espiral da violência. Olhar e violência derivam de um mesmo modelo com prefigurações sistêmicas. Variações endêmicas e focos epidêmicos da vio-

lência dizem respeito aos caminhos que traduzem a cultura vigente. Daí, podem-se extrair as conclusões que seguem.

43. A violência deixa de ser um aspecto isolado ou ocasional, para tornar-se uma das faces constitutivas da subjetividade, ou seja, em razão dos vetores culturais dominantes, entre os quais os valores propagados como vitoriosos e prestigiosos, a matriz da subjetividade já estaria forjada para a assimilação da violência como um modo de o indivíduo pautar suas atitudes ou estratégias, visando à obtenção do que almeja conquistar. Outra, pois, não foi a intenção ao inserirmos a “cultura da violência” como desdobramento da “cultura do olhar”. Não há, no plano dessa sucessão, nenhum dado arbitrário, razão pela qual foi mantido, na condição de substantivo, o termo “cultura”. Hobsbawm, em *A Era dos extremos*, mapeia, de maneira bem convincente, a trajetória do século XX, acima de tudo, assinalada pela desenfreada escalada da guerra e de extermínios. O rolo compressor das transformações científicas e tecnológicas não se situa em quadro diferente, na medida em que impõe acelerações assimétricas a sociedades absolutamente desiguais. É neste sentido que a violência se instala como parte integrante da “cultura”, afetando decisivamente os processos de subjetivação numa espécie de “violência branca”. Não são os horrores do cotidiano nem aqueles exibidos diariamente com naturalidade pelas centenas de emissoras de TV. Quando muito, a crítica cabível aos meios de comunicação de massa se destine à reprodução e à realimentação de valores dominantes com os quais se consolida a ideologia. De resto, a violência de que aqui se trata se refere à absorção, por via indireta, de uma certa concepção de vida. É possível que as frequentes críticas desferidas contra os meios de comunicação de massa, principalmente no Brasil, sirvam para encobrir a expressão cruel dessa outra “violência invisível”, deixando a sensação de que a violência pode ser erradicada, se contidos forem seus praticantes ou os agentes de exibição, sem atentar-se para as forças formadoras de uma *subjetividade da violência* (tema desenvolvido na *Comum 12*, cf. bibliografia).

44. Em termos gerais, a “cultura da violência” funciona como um sistema protegido e mascarado pela rede dos *acontecimentos*. Para tanto, um “olhar” foi educado a apenas reconhecer a violência traduzida pelas imagens diárias e não pela engrenagem sistêmica. Talvez seja essa a lógica do *crime perfeito* descrita por Jean Baudrillard em obra de mesmo título. Em tese, portanto, afirmaria-

mos que as últimas gerações estariam sendo educadas para a potencialização da violência. Desenvolverem-na ou não passa a ser uma variante no interior de um mesmo modelo. A fronteira a separar a violência como ato daquela na qual a potência não se transforma em ato passa a ser cada vez mais tênue, ou seja, a disposição do aparelho psíquico à liberação da violência está cada vez mais franqueada por estimulações diárias e detectáveis nas práticas cotidianas. O que, na verdade, se procura aqui sustentar é a ideia de que tendemos a lidar com o tema da violência por meio de abordagens, na maioria das vezes, desfocadas, sempre com a tendência de acentuar-se o grau de vicissitudes materiais, o que só reitera a estigmatização da pobreza. O aumento indiscriminado de barbáries diárias envolvendo indivíduos e famílias materialmente bem supridos parece ser suficiente para demonstrar que a tradicional retórica está errada. Ao propormos a existência de uma “cultura da violência”, estamos afirmando que a violência não se dá mais pela deseducação de alguém e sim pela educação recebida, com base num *ethos desvirtuado*. Um “pacote cultural” foi vendido e muitos o adquiriram, sem a percepção de seus horripilantes desdobramentos. Dado seu efeito de contaminação, todos os setores constitutivos do corpo societário apresentam os sintomas. A escola, a Indústria Cultural, as instituições políticas, os planos econômicos, tudo se vê enredado numa armadilha promotora e multiplicadora da violência como um estado de ser. O reduto mais apropriado para tornar esse processo visível é o da linguagem.

45. Julgamos equivocada a avaliação corrente de que vivemos a época mais violenta da humanidade. A ideia exposta na parte inicial procurou assim demonstrar. A diferença que separa a sociedade contemporânea de tempos predecessores se situa na possibilidade de tecnicamente se dar hoje visibilidade contínua e inesgotável a acontecimentos que estampam a ferocidade humana na sua infinita vocação dominadora. O mundo hoje tem “Neros” e “Calígulas” sob a forma de instituições governamentais, paragovernamentais, privadas, nacionais e transnacionais, entre outras variantes. Essa despersonalização gera a ilusão de que o mundo caminha razoavelmente em harmonia, ficando o horror para acontecimentos isolados, protagonizados por indivíduos ou pequenos grupos. Quem não promove a leitura nessa direção deixa de perceber o mundo como realidade, razão pela qual, uma vez mais, atrelamos a “cultura da violência” à “cultura do olhar”. Na raiz dessa união é que surge a questão da linguagem, indiciada no fragmento anterior.

★★★

46. Podemos principiar a análise a partir dessa premissa: a *era da aceleração* violentou a linguagem. O que efetivamente a asserção tenciona significar? Retrocedendo um pouco no tempo, perceber-se-á que o avanço trazido pelas invenções alterava modos operacionais sem, no entanto, produzir nenhum abalo nos processos de subjetivação. Pelo contrário, estes se viam realimentados ante novas ofertas. Ninguém, por exemplo, poderá dizer que o advento do cinema brutalizou a cultura como processo. Seria essa uma observação oriunda de cérebro absolutamente idiotizado. Todavia, é crível alguém hoje afirmar que a dominação hegemônica de certo cinema colabora para a bestialização da cultura. Na verdade, o problema não reside na coisa em si, mas no processo sistêmico que faz da ininterrupta exposição de imagens o modelo hegemônico de cultura. O ser potencializa o grau de violência a partir do momento em que abdica da condição de agente produtor de imagens (imaginação) para assumir passivamente a condição de consumidor de imagens externas (imaginário formatado). É na substituição da força imaginativa pela dominação da imagem formatada que se abre o atalho para a violência, independentemente de a violência em si ser a temática do que é exposto. A esse fator se agrega outro: a velocidade. Reina, pois, um sistema cultural que, pela sua engrenagem, promove cotidianamente a violação à linguagem. O frêmito imposto pela velocidade banaliza a comunicação ao tempo em que inviabiliza a construção de pensamento concatenado. Conclui-se, portanto, que na “cultura da violência” se encontram os fundamentos formulados nos quatro capítulos anteriores: a questão do sentido, a função interpretante, o problema da arte como autoexpressão, a tensão entre crise e modernidade com as decorrentes relações (associativas, participativas, disjuntivas, conflitivas) bem como as configurações críticas arroladas na já mencionada “cultura do olhar”. Uma educação forjada no culto à velocidade enseja a progressiva abolição do pensamento. Ora, o que dá sustentação à linguagem é justamente o fato de esta possibilitar a construção do pensar. Se, porém, essa faculdade é suprimida, resta apenas a linguagem em estado bruto, mero serviçal da comunicação descartável, o que cristaliza o esvaziamento dos processos de subjetivação.

★★★

47. Algo de efetivamente singular emergiu no interior do projeto da modernidade com consequências ainda em franco desdobramento: a influência da tecnologia no âmbito da linguagem como experiência existencial. Deu-se uma

parceria que, na verdade, instalou tensões. Até então a tecnologia disponível se apresentava como extensão da linguagem. Todavia, e-mail, celular, realidade virtual, jogos eletrônicos em profusão fazem da linguagem uma sucata neurótica na qual se identificam falações e mensagens tão rápidas quanto nervosas e banais, além das deformações gramaticais crescentes, rebaixando ainda mais a qualidade de expressão. Esse acentuado grau de violação predispõe, segundo nossa avaliação, o indivíduo a excitações que, em muito, se aproximam da violência. Deslocamentos sucessivos e desconexões variadas se unem ao quadro potencializando a carga de violência. O tempo do diálogo é substituído por conversas sobre temas os mais desencontrados. O processo educacional, na ânsia de incorporar ferramentas tecnológicas também perde de vista seu propósito maior, reduplicando o ideário da *hipermodernidade* na prática cotidiana em que conhecimento se confunde com informação descartável, reflexão conflita com soluções rápidas e eficazes, pesquisa equivale à procura meio aleatória em *sites* da internet, disto resultando meros exercícios de “impressão”. Encontrado o *site* que parece satisfazer, clica-se “imprimir” e está pronta a “pesquisa”. Em ambientes escolares menos moderninhos, o modelo se limita a fontes midiáticas, como jornais e revistas. Trata-se, portanto, de violações profundas cujo desfecho é a consolidação de um “caráter” adulterado e deformado, maquiado com legitimidade institucional. Insistimos em apontar no quadro descrito o berço que agasalha a violência. Querer contê-la, desvinculando-a de um projeto de reformulação radical significa colaborar para a intensificação da violência. Em resumo, a violência que o corpo societário, em todos os seus segmentos, tem demonstrado fazer crescer é fruto de alterações profundas em âmbito gnosiológico e, inevitavelmente, com contaminações no campo dos afetos.

48. Também se presta como outra conclusão o fato de, nos tempos atuais, a violência ser um aspecto com o qual se orientam decisões políticas, tanto no circuito governamental quanto em corporações. Governos não escondem estratégias com as quais populações são consideradas desprezíveis, quando não alinhadas ao modelo desejado. Sob o manto da “purificação”, proliferam políticas de extermínio enquanto discursos oficiais forçam a fixação do “pensamento único”, por vezes travestido de “pensamento consensual”. Esse dado

sim aponta para uma situação de justificada gravidade, na medida em que tal estratégia retira do corpo societário os agentes difusores do pensar crítico e questionador. Nesse particular, retorna a cobrança aos meios de comunicação que tendem a referendar os discursos hegemônicos, abafando a circulação de vozes contrárias, ou relegando-as a ocasionais aparições sem efeitos maiores. Numa sociedade em que o pensamento crítico passa a ser associado ao sentido de “perturbação”, a tendência é a multiplicação da violência.

49. Outro aspecto a ser observado, a título de conclusão, no tocante à disseminação da violência, é a franca expansão da crueldade por vezes sob a máscara da defesa da liberdade e da afirmação da democracia. Não são poucos os discursos que, quase diariamente, pontuam noticiários, editoriais, reportagens ou pronunciamentos oficiais de lideranças políticas. Em comum, está a tentativa de convencer o maior número de pessoas quanto ao esforço de implementação de um modelo de vida capaz de trazer a felicidade tão sonhada, ignorando o terror que as cerca.

50. À margem do processo decisório, situam-se populações destituídas de assistência. Suas existências são, ocasionalmente, percebidas, ao sabor de situações dramáticas, em meio à indignação e à revolta. Estas, porém, quando dissociadas de uma percepção crítica acerca do processo que as faz existirem (como manifestação ou como vontade) tendem a transformar-se em comportamentos revestidos de barbárie, seja nas relações familiares, seja nos episódios sociais. É nessa conjuntura que a violência cede à proliferação da crueldade. A prática da crueldade requer “inteligência acrítica”, sem quaisquer mediações nem ponderações. Enquanto a violência pode advir de rompantes incontidos, a crueldade pressupõe requintes de planejamento. Da crueldade, não se dissocia o prazer de quem a pratica; portanto, a crueldade exige para si um engendramento, uma lógica sofisticada. Em síntese, a violência é fruto do impulso; a crueldade deriva do enredo. O que, de resto, se encontra em progressão no Ocidente é a cultura da violência contaminada pelo imaginário cruel que encontra nos acontecimentos de impacto mundial o cenário predileto, seja por decisões governamentais, seja por atos individuais. Regendo o processo está a inteligência desprovida de sentido do humano, fruto de um pragmatismo orientado pela fria lógica da quantificação. Sem modificar-se a substância

construtora dessa lógica, não há possibilidade de reversão do quadro posto. Não se trata aqui de fazer-se parceria com um olhar desesperançado quanto ao que o horizonte sinaliza. Trata-se sobretudo de equacionar-se uma visão crítica acerca dos profundos impasses que mapeiam a trajetória em direção ao futuro. A propósito, é oportuno recordar trecho do alongado artigo “Rumo ao abismo?”, escrito por Edgar Morin: “A consciência cívica perde espaço em toda parte, e violências de diversos tipos corroem a sociedade. A criminalidade mafiosa tornou-se planetária. A lei da vingança toma o lugar da lei da justiça, arrogando-se o papel da verdadeira justiça”.⁹

51. É importante reafirmar a percepção de que a violência no mundo atual é alimentada por estratégias de caráter sistêmico com o qual políticas governamentais orientam a defesa e a expansão de interesses econômicos, pensamento do qual também não se afasta o teórico francês que, em parágrafo adiante, sentencia:

A barbárie do século 20 desencadeou sobre múltiplas regiões da humanidade os flagelos de duas guerras mundiais e dois super-totalitarismos. As características bárbaras do século 20 continuam presentes no século 21, mas a barbárie do século 21, cujo prelúdio já foi visto em Hiroshima, encerra em seu bojo a autodestruição potencial da humanidade. A barbárie do século 20 gerou os terrores policiais, políticos e dos campos de concentração. A barbárie do século 21 traz em seu bojo, desde 11 de setembro de 2001, um potencial de terror planetário ilimitado.

52. Por fim, não pode deixar de figurar, no painel societário da violência, a estreita relação que a violência mantém com a ordem imperativa do consumo. Obviamente, este não é determinante daquela. Contudo, são campos de força que interagem, em razão de cada vez mais proliferarem discursos associativos entre a conquista da felicidade e a aquisição de bens (inclusa vasta rede de supérfluos), o que também faz aproximarem-se da violência os perfis do *voyeur* e do exibicionista. Mais um aspecto a fixar conexões entre as “cultura do olhar” e “cultura da violência”. Se o indivíduo desprovido de recursos para a posse do que é amplamente exposto pela publicidade se convence de que a felicidade depende da compra dos míticos objetos, não os podendo adquirir

pelas vias legais, parte para as práticas delituosas, levando consigo o sentimento da revolta pela radical exclusão social. Logicamente, o consumo de droga entra como mais um atalho que é aberto pelo próprio modelo cultural, desta feita direcionado para a vivência do prazer. Assim, fecha-se o círculo: bens materiais asseguram a felicidade; consumo de drogas possibilita o prazer.

53. O paradigma societário em curso está moldado para gerar subjetividades violadas. Para tanto, concorre o assédio de promessas que, na verdade, multiplicam imaginários fraudados. O sentido da vida como aventura foi deslocado para perspectivas egóicas pautadas na fraude e no autoengano, disto resultando a intensidade do sofrimento desvinculado de uma consciência à altura de compreendê-lo e, menos ainda, de enfrentá-lo a caminho da superação. Não é, portanto, difícil de deduzir a propagação da violência em espiral.

Rio, setembro de 2015.

Notas

1. É oportuno aqui remeter ao pensamento de Gilles Lipovetsky, no tocante a duas de suas obras: *L'empire de l'éphémère* e *L'Ere du vide* (cf. bibliografia).
2. No Brasil, coube ao teórico e crítico Luiz Costa Lima, em publicação de 1969, a iniciativa de trazer esse conceito ao campo da investigação literária, o que se deu no capítulo II (*A reificação* de Paulo Honório), no livro *Por que literatura?* (cf. bibliografia).
3. A propósito desse tema, são indispensáveis as reflexões constantes em duas publicações, a saber: *Sobre a televisão* (1997), de Pierre Bourdieu e *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede* (2002), de Muniz Sodré (cf. bibliografia).
4. É oportuno ressaltar que coube ao teórico Muniz Sodré, em publicação de 1972, o reconhecimento desse sintoma, a partir de seus primeiros sinais, no estudo *A comunicação do grotesco* (cf. bibliografia).
5. O depoimento de Badiou foi transcrito por Vladimir Safatle e publicado na revista *Mais!*, na edição de 29/09/02 da Folha de S. Paulo.
6. Idem à nota anterior
7. A propósito de tal questão, propus o conceito de servidão induzida no artigo “Jornalismo de Estado e a servidão induzida”, publicado na edição de 18/03/2002 do *Observatório da Imprensa* (on-line).
8. Costa Lima aborda o tema da “cultura oral” como processo dominante na formação da brasilidade no livro *Dispersa demanda* (1981).
9. O mencionado artigo, inicialmente escrito para o *Le Monde* e traduzido por Clara Allain, foi reproduzido na edição dominical da Folha de S. Paulo (12/01/2003).

Referências

- BADIOU, Alain. Rousseau. In: _____ . *L'être et l'événement*. Paris: Éditions du Seuil, Janvier, 1988. p.379-389.
- _____. *Ética: um ensaio sobre a consciência do mal*. Trad. Antônio Trânsito e Ari Roitman. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995.
- _____. revista *Mais!* – Folha de S. Paulo, 29.09.2002.
- BAUDELAIRE, Charles. *O pintor da vida moderna*. Trad. e posfácio Teresa Cruz. Lisboa: Veja, 1993.
- _____. *Escritos íntimos*. Trad. Fernando Guerreiro. Lisboa: Estampa, 1982.
- BAUDRILLARD, Jean. *A transparência do mal: ensaio sobre os fenômenos extremos*. Trad. Estela dos Santos Abreu. São Paulo: Papirus, 1990.
- _____. *O crime perfeito*. Trad. Silvina Rodrigues Lopes. Lisboa: Relógio D'Água, 1996.
- CIORAN, E. M. *Silogismos da amargura*. Trad. José Thomaz Brum. Rio de Janeiro: Rocco, 1991.
- _____. *História e utopia*. Trad. José Thomaz Brum. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.
- _____. *Breviário de decomposição*. Trad. José Thomaz Brum. Rio de Janeiro: Rocco, 1989.
- DIEGUEZ, Gilda Korff. Narciso, ontem e hoje. In: Vários. *Comum* (12). Rio de Janeiro: OHAEC/FACHA, 1999. p. 25-36.
- _____. Espaciando o pós-moderno. In: VÁRIOS. *Revista Cadernos-Facha* (1). Rio de Janeiro: OHAEC, 1994. p. 25-30.
- FREUD, Sigmund. *O mal-estar na civilização / O futuro de uma ilusão*. Trad. José Octávio de A. Abreu. Rio de Janeiro: Imago, 1997.
- _____. *Além do princípio de prazer*. Trad. Christiano Monteiro Oiticica. Rio de Janeiro: Imago, 1998.
- GADAMER, Hans-Georg. *Verdade e método: traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- GULLAR, Ferreira. *Argumentação contra a morte da arte*. Rio de Janeiro: Revan, 1993.
- HOBBS, Thomas. *Leviatã: ou material, forma e poder de um Estado eclesiástico e civil*. São Paulo: Nova Cultural, 1997. Col. Os Pensadores.
- HOBSBAWM, Eric. *Era dos extremos: o breve século XX – 1914 / 1991*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- KANT, Immanuel. *Crítica da faculdade do juízo*. Trad. Valerio Rohden e Antônio Marques. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

- _____. *Crítica da razão pura*. In: Kant (I). Trad. Valério Rhoden e U. Baldur Monsburger. São Paulo: Abril Cultural, 1980. Col. Os Pensadores.
- _____. *Fundamentação da metafísica dos costumes*. In: Kant (II). Trad. Tania Maria Bernkopf. São Paulo: Abril Cultural, 1980. Col. Os Pensadores.
- KRISTEVA, Julia. *Sol negro: depressão e melancolia*. Trad. Carlota Gomes. Rio de Janeiro: Rocco, 1989.
- LIMA, Luiz Costa. *Mímesis e modernidade: formas das sombras*. Rio de Janeiro, Graal, 1980.
- _____. *Dispersa demanda*. Rio de Janeiro, Francisco Alves, 1981.
- _____. *O controle do imaginário: razão e imaginação no Ocidente*. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- _____. *Limites da voz: Kafka*. Rio de Janeiro, Rocco, 1993.
- _____. Um par problemático: representação e sujeito moderno. In: BARTUCCI, Giovanna (Org.). *Psicanálise, literatura e estéticas de subjetivação*. Rio de Janeiro: Imago, 2001. p. 197-222.
- LUCCHESI, Ivo. Do flâneur ao voyeur: a crise da(s) modernidade(s). In: *Revista Tempo Brasileiro* (141). Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2000. p. 39-62.
- _____. A cultura do olhar. In: VÁRIOS. *Cadernos Facha* (3). Rio de Janeiro: OHAEC-Facha, 1995. p. 49-63.
- _____. Os direitos humanos e a cultura da violência. In: VÁRIOS. *Comum* (12). Rio de Janeiro: OHAEC-Facha, 1999. p. 84-119.
- _____. Os sentidos da dor e duas traições: Rousseau e Machado. In: VÁRIOS. *Comum* (14). Rio de Janeiro: OHAEC, 2000. p. 119-140.
- _____. O papel do educador na sociedade contemporânea. In: *Anais do VIII Congresso Nacional de Estudos de Linguística e Literatura*. Rio de Janeiro: Corujinha / Conselho Federal de Cultura, 1983. p.1-20.
- LUKÁCS, Georg. *El alma y las formas / La teoría de la novela*. Barcelona: Grijalbo, 1975.
- MAQUIAVEL, Nicolau. *O príncipe*. Trad. Lívio Xavier. São Paulo: Abril Cultural, 1973. Col. Os Pensadores.
- MELO E SOUZA, Ronalds de. A desconstrução da metafísica e a reconciliação de poetas e filósofos. In: LOBO, Luiza (Org.). *Globalização e literatura: discursos transculturais* (V. 1). Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1999. p. 79-102.
- _____. A epigênese do pós-moderno. In: VÁRIOS. *Revista Tempo Brasileiro* (84). Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1986, pp. 32-60.
- MONTAIGNE, M. *Ensaio*. Trad. Sérgio Milliet. São Paulo, Abril Cultural, 1972. (Col. Os Pensadores).

- MORIN, Edgar. *O homem e a morte*. Trad. Cleone Augusto Rodrigues. Rio de Janeiro, Imago, 1997.
- _____. A noção de sujeito. In: SCHUMTAIAN, Dora Fried (Org.). *Novos paradigmas, cultura e subjetividade*. Trad. Jussara H. Rodrigues. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996. p. 45-58.
- _____. *Folha de S. Paulo* (entrevista) – 12/12/1993.
- PERRONE-MOISÉS, Leyla. *Altas literaturas: escolhas e valor na obra crítica de escritores modernos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- PORTELLA, Eduardo. *O intelectual e o poder*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1983.
- _____. *Vanguarda e cultura de massa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978. (Diagrama, 7).
- SCHELLING, F. W. J. *Filosofia da arte*. Tradução, introdução e notas de Márcio Suzuki. São Paulo: Editora da USP, 2001. Coleção “Clássicos”, 23.
- SANT’ANA, Afonso Romano de. *Barroco: do quadrado à elipse*. Rio de Janeiro, Rocco, 2000.
- SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- _____. *A comunicação do grotesco*. Petrópolis: Vozes, 1972.
- VIRÍLIO, Paul. *Velocidade e política*. Trad. Celso Mauro Puciornik e prefácio de Laymert Garcia dos Santos. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.
- _____. *A arte do motor*. Trad. Paulo Roberto Pires. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

Resumo

O presente artigo pretende abordar, numa escrita em fragmentos, aspectos conflituos com os quais a cultura contemporânea se vem defrontando, em razão das inovações tecnológicas e os efeitos gerados por ela no imaginário social.

Palavras-chave

Cultura - Arte - Tecnologia - Hipermodernidade.

Abstract

This article aims to address, in a written into fragments, conflicting aspects with which contemporary culture is facing as a result of technological innovations and the effects it generates in the social imaginary.

Keywords

Culture - Art - Technology - Hypermodernity.

A memória e a cidade: visões do Rio de Janeiro

Elis Crokidakis Castro

O que é a memória de uma cidade? É tudo aquilo que efetivamente nela existe ou existiu ou é a imagem que da cidade criamos a partir de nossas ideias, desejos, emoções e ficções.

Traçaremos nesse ensaio uma espécie de síntese histórica do processo de construção e reconstrução da cidade do Rio de Janeiro culminando no seu presente.

Em busca de saber o que é esta memória teceremos uma relação entre alguns textos como: *Cidades invisíveis*, *Seduzidos pela memória*, *A alma encantadora das ruas*, *Por amor às cidades*, *Fins de Século-cidade e cultura no Rio de Janeiro*, *Sobre a modernidade*, *Pereira Passos um Haussmann tropical*, *Paris capital do século XIX* e muitos outros que insistem em reaparecer de tempos em tempos nas bibliografias dos que falam sobre as cidades.

Sabemos que os estudos da memória começam a ter relevo, principalmente na Europa e Estados Unidos, no começo da década de 1980, e nos países que foram colônias esses estudos iniciaram um pouco antes, em 1960, todavia em processos diferentes de constituição de um discurso.

Nos países descolonizados, os estudos de memória correm numa “busca por histórias alternativas e revisionistas” (Huyssen, 2000: 10), enquanto na Europa esse movimento se estabelece ocasionado pelo debate que ressurgiu em torno do holocausto. Com essa temática são então feitos documentários para TV, filmes, livros, museus e monumentos. Todos com o mesmo fim, não deixar que o mundo se esqueça das atrocidades cometidas, embora saibamos

que vários outros holocaustos se deram na história, mesmo depois de todo esse processo, exemplo disso temos a Sérvia, a África e talvez hoje a Síria.

Mas, para nós aqui o que interessa nesse momento é pensarmos a memória na América Latina, especialmente no Brasil e no Rio de Janeiro, importa vermos a forma como a memória da cidade é resgatada e por que este fenômeno se dá, de tempos em tempos, através da literatura, do cinema, por eventos, exposições, etc.

Rio de Janeiro, uma cidade em reforma

O Rio de Janeiro é fundado no ano de 1565 por Estácio de Sá, com o nome de São Sebastião do Rio de Janeiro, em homenagem ao então Rei de Portugal, D. Sebastião. Em 1763, a cidade tornou-se capital do Brasil e se manteve assim até 1960, quando foi inaugurada Brasília, a atual capital do país. Desde então o Rio vive sua existência como um verdadeiro processo.

Mesmo não sendo o Brasil descoberto pelo Rio de Janeiro, foi aqui, desde 1730, que as decisões sobre o país passaram a ser tomadas, o que se intensificou com a chegada da Família Real portuguesa em 1808.

Cercada de morros por todos os lados, com uma faixa de terra que a encrava no fundo de uma baía, como uma boca banguela, como falou Lévi-Strauss, a cidade desde aquele tempo vive se reconstruindo. Passa por períodos de decadência e outros de revitalização, olhando para o ontem e para o amanhã.

Em 1808 a cidade recebe a Família Real e toda a corte, seus habitantes, então, foram deslocados de suas casas para dar lugar aos nobres. Depois, o Rei se muda para São Cristóvão e o bairro se desenvolve, pois em torno do palácio toda a elite queria morar. Até que toda a corte estivesse alojada muita coisa aconteceu. Se lermos a literatura da época veremos que de 1800 até 1900 a cidade foi se descortinando, transformando, se expandindo sendo alvo de muitas narrativas que têm no seu espaço o cenário ideal. Se, no começo, era no centro histórico, ainda hoje um pouco preservado, que se concentrava a maior parte da população, ali pelos lados do porto da Praça Mauá até a Praça XV e desta até o morro de Santa Teresa, com o passar do tempo as áreas habitadas iam tomando outras direções e já no século XX se estendiam de acordo com as concessões de linhas de bonde, que eram dadas pelo poder público. Ou seja, desde o fim do século XIX o espaço urbano começa a sofrer fortes alterações, algumas pontuais, que visavam não apenas o embelezamento, mas colocar a cidade como uma janela para o mundo, o

que é feito pelo prefeito Pereira Passos (1902-1906), o Hausmann tropical, como diz Jaime Larry Bechimol.

O prefeito Pereira Passos havia estudado em Paris e vivido toda a transformação da cidade francesa, e ali foi influenciado trazendo para o Rio os novos conceitos do urbanismo. Assim, para a exposição de 1910 o Rio se embeleza à luz dos modelos parisienses. Vários autores descrevem as mudanças, João do Rio, Luiz Edmundo, Lima Barreto, Benjamim Costalat e outros, são os cronistas do Rio e percorrem a cidade com suas mais variadas formas de narrar seu espaço e sua gente. Ruas, prédios, palácios, teatros, toda a cidade cresce junto com as concessões de linhas de bondes que, expandiam-se para sul, para o norte, para o oeste.

Italo Calvino no seu *Cidades invisíveis* afirma “a cidade não é feita apenas de seu espaço físico, mas das relações entre as medidas de seu espaço e os acontecimentos de seu passado” (1991: 14). Logo, poderíamos dizer que a cidade do Rio de Janeiro vive da construção de seu futuro e das lembranças de seu passado. E é exatamente isso que ocorreu e ainda hoje ocorre. Junto com a expansão espacial vinha, na época, também a populacional. Como mais gente precisava de habitação e o espaço do centro era pequeno, a população mais pobre começava a tomar conta dos morros do centro, surgem ali as primeiras favelas cuja história já é conhecida. Todavia, a reforma não para no início do século XX. Olhando para frente, para o futuro, novas avenidas são abertas na década de 1940, 50 e 60. Nesse momento a cidade colonial sofre suas maiores baixas. Para abrir a Avenida Presidente Vargas muitas casas e igrejas são demolidas, mais uma vez a cidade se reconfigura. Já tinha perdido o Morro do Castelo, já tinha um caminho de mar a mar, que levava da Praça Mauá até o Aterro do Flamengo, a Avenida Rio Branco, antes Avenida Central, que desembocava na Cinelândia, coração da cidade. Era tal avenida uma espécie de canal para o vento, que visava arejar a cidade, desculpa esta usada pelos construtores. A verdadeira história remete ao desejo governamental de retirar do Castelo a população pobre, ex-escravos, que habitavam o lugar.

O processo de expansão continua tomando corpo por todo século XX. Na década de 1970, quando a população já é enorme e necessita se locomover surgem os grandes viadutos e o metrô. Logo, outra planta se configura com mais um bota baixo de palácios, prédios e mudanças de ruas e trajetos. Hoje, no início do século XXI, vivemos mais um momento de reformas visando a Copa do Mundo de Futebol em 2014 e as Olimpíadas de 2016.

Uma cidade para o que vem de fora

Mas e a memória? Partindo desse sintético relato histórico percebemos então, que mesmo sendo uma cidade muito fotografada, sendo tais fotos parte de um registro histórico, é muito difícil para o carioca cultivar a memória de sua cidade. Isto se verifica, principalmente, quando a cidade mais uma vez se transforma para os dois grandes eventos em 2014 e 2016. Podemos dizer que ao contrário das cidades que crescem com o foco em seus habitantes e sua melhoria de vida e padrão, o Rio de Janeiro se organiza e se estrutura para o que vem de fora, para as pessoas que apenas passam e não para as que ficam. Todas as transformações, desde a abertura da Avenida Central em 1910, até hoje, visavam sempre a utilização da cidade pelo turista e não pelo morador. Por isso, a sensação, muitas vezes, é de que a cidade não pertence ao morador. A identificação do morador com o bem público não existe e por não se sentir de fato no seu espaço este não tem o cuidado que deveria ter com a cidade. Dessa forma, seguindo a ideia de Huyssen ao falar sobre Berlim, podemos dizer que a política urbana que se executa no Rio de Janeiro é dos

(...) empreendedores e políticos que tentam aumentar a receita com o turismo de massa, convenções e aluguéis de espaço comerciais. O que é central para esse novo tipo de política urbana são os espaços estéticos para o consumo cultural, megastores e megaeventos musicais, festivais e espetáculos de todo tipo, todos tentando atrair novos tipos de turista – desde o visitante de feriado até o incansável caminhador metropolitano, que vieram substituir o velho modelo do ocioso *flâneur* (Huyssen, 2000: 91).

Ora, para exemplificar isto basta vermos a criação do Porto Maravilha, a derrubada da Perimetral, a revitalização da Lapa e toda a mudança que a cidade vem sofrendo para abrigar a Olimpíada de 2016. Como já dissemos, a cidade se transforma, mas não para o morador, que de certa forma permanecerá alijado de tudo que acontecerá nesse evento. Assim, a reforma causa transtornos, modifica a vida de quem no Rio vive e o que deixará para este morador é muito pouco, já que ele não é o foco da reforma.

Por conta disso, o espaço público aqui não se confunde com o privado. Daí o alto índice de depredação do patrimônio público. Por outro lado o poder público também não parece se comprometer imediatamente com a restau-

ração e fiscalização do que é estragado, exceto se o objeto estragado estiver na passagem do turista (vide as inúmeras reposições dos óculos de Carlos Drummond de Andrade). A cidade parece que se maquia para receber o turista. Basta percebermos os painéis colocados ao lado da Linha Vermelha que liga o aeroporto ao centro do Rio. Todo esse processo de maquiagem, então, não restaura, ou cria no morador um sentimento de pertencimento, que o faria cuidar da cidade. Pelo contrário, o morador se sente um estrangeiro em sua própria cidade, deixando ainda mais de se identificar com ela, permitindo até a sua destruição.

Por isso, a cidade da memória, nem sempre é aquela em que efetivamente vivemos e vemos. Nossa memória pode estar mais ligada a uma imagem que alguém faz da cidade do que a própria cidade, que constantemente é violentada e transformada pelos seus moradores ou outros interessados. Podemos dizer que em nossa mente, para criarmos as noções de cidade, nós misturamos espaços reais e imaginários. E é nessa ânsia de criarmos as nossas cidades mentais que a metáfora da cidade como texto se desenvolve. Huyssen, ao falar de Berlim diz: “A cidade-texto tem sido escrita, apagada e reescrita ao longo deste século violento, e sua legitimidade se deve tanto mais às marcas visíveis do espaço construído quanto às imagens e memórias reprimidas e rompidas pelos eventos traumáticos” (2000: 93). Tal afirmativa se aplica então como luva ao Rio de Janeiro. Existe um Rio de textos e imagens de fotografia e um Rio real onde se vive. Ou seja, igual ao que aconteceu no início do século XX, o Rio se organiza, se reforma para ser a capital do século XXI, de novo a janela para o mundo aproveitando o bom momento brasileiro. Momento em que todos os olhares do mundo se focam aqui, no cartão postal do Brasil. A ideia de cidade como cartão postal não é nova, remonta à *Belle époque* de Pereira Passos, com suas reformas, e as de Oswaldo Cruz com sua política de saneamento. Ambos, num esforço conjunto para colocar o Rio com suas janelas abertas para o que vem de fora, ontem e hoje, os olhos do turista. Assim, tudo para inglês ver, pois nesse processo nem mesmo o *flâneur* tem lugar, já que este “mesmo sendo um *outsider* em sua própria cidade, sempre figurou como um habitante, em vez de um viajante sempre em movimento” (Huyssen, 2000: 91).

Então, por ser um lugar para observação de quem está de passagem, esta cidade acaba não dando espaço e nem tempo para a contemplação. Não há como parar nesse contexto, o que remete à metáfora utilizada por Nestor Garcia Canclini, de cidade como videoclipe. Neste clipe a velocidade das imagens

não são captadas pela mente humana para serem devidamente digeridas. No Rio de Janeiro de reformas o mesmo acontece. Mesmo os prédios tombados pelo patrimônio histórico correm o risco de não suportar uma segunda passagem do turista. Isto porque são expostos à sua própria sorte, sem que haja uma recuperação de telhados, fachadas, etc. Diz Beatriz Jaguaribe “na cidade como videoclipe a velocidade e a acumulação desbaratada de imagens inibem a pausa do congelamento da sedimentação da própria imagem” (1998: 168).

Ou seja, conforme Lévi-Strauss, citado também por Jaguaribe, as cidades do Novo Mundo saem do “viço à decrepitude”, são construídas para serem renovadas com a mesma rapidez com que foram erguidas, construídas para durarem o tempo do evento, terminado este a construção fica sem utilidade, às vezes um elefante branco em meio à cidade. “Quando a festa termina e esses grandes bibelôs fenecem: as fachadas descascam, a chuva e a fuligem traçam seus sulcos, o estilo sai de moda, o ordenamento primitivo desaparece sob as demolições exigidas, ao lado, por outra impaciência”(Lévi-Strauss, 1996: 919).

Logo, o Rio de Janeiro, no contexto do Novo Mundo, é mais uma cidade que sofre os sintomas da mesma doença, a falta de um pensamento de planejamento para o futuro do cidadão e não para o turista.

As reformas hoje implementadas de fato não revelam um desejo de construção de um espaço citadino harmônico. Pelo contrário, as medidas de urbanismo que continuam sendo tomadas têm um objetivo fixo, Copa do Mundo e Olimpíada. Mesmo as questões que ultrapassam a mobilidade dentro da cidade como a da segurança pública, hoje, no Rio, tem o mesmo foco de interesse.

Se palácios foram construídos para a exposição de 1910 e depois demolidos sem qualquer aproveitamento histórico, para dar lugar apenas ao vazio, hoje não é diferente, pois são imensas as necessidades de criar estacionamentos para carros. Este vazio criado, então, somente será preenchido pela memória dos que viram o que havia antes. Não digo com isto que tudo deveria ser preservado, num processo de musealização da cidade. Sem dúvida que a importância da musealização é grande e deve ser respeitada, todavia há que se examinar caso a caso. Mas, no que toca ao Rio de Janeiro não podemos dizer que este processo exista.

O que ocorre no Rio de Janeiro é que com o processo de tombamento de bens, prédios, etc., há uma desvalorização do imóvel, com isso ele não consegue ser vendido, muito menos restaurado o que leva à sua completa decadência e queda, restando o espaço vazio. Isso ocorre também com bens móveis como,

por exemplo, o famoso Bonde de Santa Teresa, que é levado à exaustão, dando ocasião a uma tragédia por falta de uma política que o preserve, adequando-o ao desenvolvimento da cidade.

Hoje, temos na cidade várias obras, lugares antes abandonados durante anos que começam a reviver, todavia sem que a atenção adequada seja feita, já que o fluxo de pessoas e eventos aumentam, mas as condições físicas para isso não se dá, o que ocasiona uma deterioração ainda maior do espaço, dos bens arquitetônicos, que não foram preparados para receber tal contingente humano e nem mesmo para sofrer o impacto do peso do excesso de carros e caminhões pelas ruas.

Assim, todo esse processo é de extrema complexidade, já que avaliar o que pode ou não ser desmontado necessita de um critério muito claro de valoração. Destruir o patrimônio histórico de uma cidade, seus prédios, ruas, monumentos, implica em se ter um planejamento que justifique o desaparecimento de algo que faz parte da história da cidade, de sua memória. Sabemos que nenhuma cidade é eterna, que elas devem ir cambiando de acordo com sua vida. Todavia, esse cambiar não é algo que deva ser imposto por uma política de interesses econômicos que alijam a participação do cidadão que ali vive.

Uma cidade sem memória

Pensar a cidade e suas transformações é algo que faz parte da política, da vida na *pólis*, e é motivo mais que justo para a solidificação da cidadania. A cidade criada para o turista assim atende apenas aos interesses de quem está de passagem e não de quem ali vive. Amar a cidade, senti-la, usufruir da sua beleza e harmonia é algo que deve ser conferido primeiro ao morador e só depois ao passante. Ao morador caberia a mais precisa memória da cidade, pois ele teve tempo para contemplá-la. No entanto, em nossa história, não cabe este tal relato, mas ao viajante, ao turista. Assim, a cidade se memorializa pelo olhar de fora e não de dentro. O olhar apressado do outro é que constitui o discurso de memória do Rio: fotos, textos, filmes, narrativas de toda espécie de construção, que nem sempre dizem o que de fato é a cidade.

Assim, somos uma cidade cuja memória não existe, sem memória descartamos o passado em busca de um futuro em processo o tempo todo.

Referências

- BAUDELAIRE, Charles. *Sobre a modernidade*. São Paulo: Paz e Terra, 1997.
- BECHIMOL, J. L. *Pereira Passos: um Haussmann tropical*. Rio de Janeiro: Biblioteca Carioca, 1992.
- BENJAMIM, Walter. Paris capital do século XIX. In: *Walter Benjamin-Obras escolhidas III*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.
- CALVINO, Italo. *Cidades invisíveis*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.
- HUYSSSEN, Andrea. *Seduzidos pela memória*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.
- JAGUARIBE, Beatriz. *Fins de Século-cidade e cultura no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.
- LE GOFF, Jacques. *Por amor às cidades*. São Paulo: Editora Unesp, 1998.
- LEVI-STRAUSS, C. *Tristes trópicos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- RIO, João do. *A alma encantadora das ruas*. Rio de Janeiro: Imprensa Oficial, 2007.

Resumo

O artigo aborda a construção da memória da cidade do Rio de Janeiro através das transformações sofridas pela cidade em seus vários momentos de vida, especialmente, o “Bota Baixo” no início do século XX e as mais novas reformas em processo, para a Copa do Mundo 2014 e a Olimpíada em 2016.

Palavras-chave

Memória – Cidade – Reforma.

Abstract

The article addresses the construction of memory of the city of Rio de Janeiro through the transformations undergone by the city in its various moments of life, especially the Bota Baixo at the beginning of the 20th century and the newest in-process reforms for the World Cup 2014 and the Olympics in 2016.

Keywords

Memory – City – Reform.

Quilombo do Campinho da Independência: patrimônio cultural do Brasil

*Maria Geralda de Miranda
Sady Bianchin*

Introdução

Inicialmente este estudo tinha a pretensão apenas de abordar aspectos das políticas afirmativas implementadas no Brasil a partir de 1988, visando preservar e promover a cultura afro-brasileira, em que as políticas voltadas mais especificamente para os quilombolas estavam incluídas; mas a visita ao Quilombo do Campinho da Independência permitiu observar aspectos da vida comunitária dos quilombolas (a luta cotidiana pela sustentabilidade das famílias, em torno de 16 núcleos, e aspectos ligados à constituição e experiência do grupo), o que levou à ampliação do que se havia imaginado inicialmente.

A cultura oral de matriz africana, em vários aspectos, ali conservada, e sua importância para o patrimônio cultural brasileiro levou a pesquisadora a retornar algumas vezes ao quilombo, de modo que pudesse conviver com os habitantes, conversar com as equipes que trabalham no restaurante, com as contadoras de história, visitar o viveiro de plantas e fazer visitas guiadas no território do quilombo, conhecendo as plantas medicinais e suas indicações terapêuticas.

O Quilombo também possui páginas na internet (*Facebook e Wikipédia*), onde se podem encontrar informações gerais sobre a localidade, o artesanato, o restaurante e atividades culturais, entre outros. Vários dados constantes neste trabalho sobre o Quilombo foram retirados desses sítios e também do *site* cpisp.org.br/comunidades. Os demais foram colhidos a partir da obser-

vação da pesquisadora, que, de forma qualitativa, buscará discorrer e analisar aspectos importantes para a temática dos quilombos e para a preservação da cultura afro-brasileira.

O Quilombo do Campinho da Independência tem sua origem temporal no século XIX, no ano de 1888, data do fim da escravidão, quando três mulheres: Antonica, Marcelina e Luiza, escravas na antiga Fazenda Independência, receberam do seu senhor uma fatia de terra (já desgastada pelo plantio quase secular do café), onde constituíram famílias e os seus descendentes continuaram vivendo até hoje. Praticamente todos os moradores da comunidade são descendentes de uma dessas três mulheres.

Pela narrativa das mulheres-griôs, que contam aos visitantes a história do lugar, as três mulheres eram irmãs e trabalhavam na casa grande da Fazenda, “cujas terras de tão extensas se perdiam no horizonte”, realizando trabalhos “privilegiados”, como tecer, bordar e pentear as senhoras e sinhazinhas. O Quilombo possui um território com 287,9461 hectares está localizado no município de Paraty, ao sul do litoral do estado do Rio de Janeiro, em uma área de muita beleza natural: mata atlântica, rios, cachoeiras e mar...

Políticas públicas de inclusão dos quilombolas

Em 1988, o Governo Federal fundou a primeira instituição pública voltada para promoção e preservação da arte e da cultura afro-brasileira: a Fundação Cultural Palmares, entidade vinculada ao Ministério da Cultura (MinC). A FCP, desde a sua criação, atua no sentido de valorizar as manifestações culturais e artísticas negras brasileiras como patrimônios nacionais.

Segundo dados publicados na página da Fundação (2015), já foram emitidos mais de 2.476 certificações para comunidades quilombolas. Além de reconhecê-las como tal, tais certificações dão acesso a programas sociais do Governo Federal. É também função da FCP fomentar projetos voltados para a preservação das manifestações culturais negras e no apoio e difusão da Lei 10.639/03, que torna obrigatório o ensino da história da África e afro-brasileira nas escolas.

A FCP, criada em 1988, foi um passo muito importante na garantia de direitos da população afro-brasileira, mas é notório que a partir de 2003, houve por parte do governo federal, investimentos em políticas públicas mais concretas voltadas para a proteção da cultura africana e afro-brasileira, como a Lei 10.639/03, mencionada acima, que inclui nos currículos educacionais a obrigatoriedade de temáticas voltadas para a história e cultura afro-brasileira. O

parágrafo único do artigo 26-A orienta que o conteúdo programático incluirá o estudo da história da África e dos africanos, a luta dos negros no Brasil, a cultura negra brasileira e o negro na formação da sociedade nacional, visando resgatar a contribuição do povo negro nas áreas social, econômica e política pertinentes à história do Brasil.

O Decreto nº 4.887, também de 2003, passou a regulamentar o procedimento para identificação, reconhecimento, delimitação, demarcação e titulação das terras ocupadas por remanescentes quilombolas, em sintonia com o disposto no artigo 68 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias. O artigo 2º considera, para os fins deste Decreto, os grupos étnico-raciais, segundo critérios de autoatribuição, mas com trajetória histórica própria, dotados de relações territoriais específicas, com presunção de ancestralidade negra relacionada com a resistência à opressão histórica sofrida. O parágrafo 3º do mesmo artigo considera, para a medição e demarcação das terras, os critérios de territorialidade indicados pelos remanescentes das comunidades dos quilombos, sendo facultado à comunidade interessada apresentar as peças técnicas para a instrução procedimental.

Em 2006, foi regulamentada a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, que estabelece a sistemática de execução do Programa Nacional de Apoio à Cultura, PRONAC, e prevê também o uso sustentável do patrimônio cultural brasileiro em sua dimensão material e imaterial, bem como o fomento de atividades culturais afirmativas que busquem erradicar todas as formas de discriminação e preconceito e, ainda, o desenvolvimento de atividades que fortaleçam e articulem as cadeias produtivas e os arranjos produtivos locais que formam a economia da cultura.

Em 2007, foi criada a Agenda Social Quilombola, por meio do decreto nº 6.261 que prevê uma série de ações a serem desenvolvidas de forma integrada pelos diversos órgãos do Governo Federal, sob a coordenação da Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial. Tais ações são voltadas à melhoria das condições de vida dos moradores das comunidades quilombolas e compreenderão o acesso à terra; à infraestrutura e qualidade de vida; à inclusão produtiva e desenvolvimento local; e à cidadania.

Em 2010, a Lei 12.288, instituiu o Estatuto da Igualdade Racial, em cujo artigo 1º, se lê: “garantir à população negra a efetivação da igualdade de oportunidades, a defesa dos direitos étnicos individuais, coletivos e difusos e o combate à discriminação e às demais formas de intolerância étnica”. O parágrafo único especifica mais o conteúdo: Para efeito de tal estatuto, considera-se discriminação racial ou

étnico-racial toda distinção, exclusão, restrição ou preferência baseada em raça, cor, descendência ou origem nacional ou étnica que tenha por objeto anular ou restringir o reconhecimento, gozo ou exercício, em igualdade de condições, de direitos humanos e liberdades fundamentais nos campos político, econômico, social, cultural ou em qualquer outro campo da vida pública ou privada.

A narrativa da luta pela titularidade da terra

Dados contidos no *site* cpisp.org.br/comunidades informam diacronicamente que, a partir de 1960, a população do Quilombo do Campinho da Independência passou a enfrentar vários problemas, entre eles, uma acirrada disputa por suas terras. Vários acontecimentos contribuíram para o quadro de pressão aos moradores, sobretudo, a valorização das terras na região de Paraty, com foco em empreendimentos turísticos.

A criação do Parque Nacional da Bocaina, em fevereiro de 1971, e as justas exigências preservacionista aumentaram as preocupações dos moradores, que proibidos de praticar a caça e a coleta na mata, como sempre o fizeram desde o século XIX, tiveram que buscar alternativas de sobrevivência. A construção da rodovia BR-101 (Rio - Santos), entre os anos de 1970 e 1973, trouxe a supervalorização da área em que se encontra a comunidade, localizada a 15 km de Paraty. Nessa ocasião, pseudos herdeiros das terras começaram a reivindicá-las, o que obrigou a comunidade a buscar apoio de órgãos e instituições, além de articulações com outros grupos quilombolas e indígenas da região.

Liderados pelos habitantes mais velhos e com o apoio da Comissão Pastoral da Terra, os quilombolas buscaram formas legais visando garantir seus direitos. Como na época ainda não havia a previsão constitucional¹ garantindo a titulação coletiva das terras de quilombo, nem as políticas públicas protetivas, implementadas a partir de 2003, eles tiveram que ajuizar ações individuais de usucapião, argumentando que desde o século XIX habitavam aquelas terras.

Mas em 1986 aparece outro problema, ainda segundo dados contidos no *site* cpisp.org.br/comunidades. A União Federal alega estar interessada na área devido à criação da Área de Proteção Ambiental do Caiçoçu. A comunidade passa, então, a ter que disputar suas terras não apenas com os grileiros e empreendimentos imobiliários, mas também com o Poder Público interessado na preservação ambiental da área.

Durante alguns anos os processos judiciais ficaram paralisados e dispersos por diferentes cartórios, dificultando a atuação do advogado responsável. Em 1980, o estado do Rio de Janeiro interveio manifestando interesse na área e solicitando o envio das ações para a Vara de Fazenda Pública.

Em 1994 os quilombolas de Campinho da Independência fundam a Associação de Moradores do Campinho (AMOC) e passam a lutar pela titulação coletiva de suas terras e ganham a batalha judicial, se constituindo na primeira comunidade quilombola do estado do Rio de Janeiro a ter o título de propriedade de suas terras.

Em 21 de março de 1999, receberam da Fundação Cultural Palmares e da Secretaria de Assuntos Fundiários do Estado do Rio de Janeiro o título definitivo de seu território com 287,9461 hectares. Até abril de 2006, Campinho da Independência era o único quilombo do estado a ter seu título registrado em cartório.

A cultura oral africana e sua importância para o Quilombo do Campinho

Conforme Zuleide Duarte (2015: 182), nas sociedades tradicionais africanas “as narrativas orais configuram os pilares onde se apoiam os valores e as crenças transmitidas pela tradição e, simultaneamente, previnem as inversões éticas e o desrespeito ao legado ancestral da cultura”.

Ainda em conformidade com a pesquisadora, a performance que acompanha essas narrativas responde pela atualização constante dos ensinamentos, tornando-se exercício vivo e interativo entre os membros da sociedade. Visual, mímico, imaginativo e encantatório, o texto oral transmite o legado mais legítimo das culturas locais por meio “dos exemplos que visam à solidificação dos laços entre os membros do grupo e garante o discernimento do lugar de pertença do indivíduo, sua filiação indenitária, permitindo-lhe uma visão de si mesmo e do outro com um mínimo de conflitos” (Duarte, 2015: 182).

Também Laura Padilha (2007: 35) pontua que a carga simbólica da cultura autóctone africana permite a sua manutenção e contribui para que esta mesma cultura possa resistir ao impacto daquela outra que lhe foi imposta pelo dominador branco-europeu, que tem na letra a sua mais forte aliada. A milenar arte da oralidade difunde as vozes ancestrais, procura manter a lei do grupo, fazendo-se, por isso, um exercício de sabedoria.

A escuta da narrativa realizada pelas mulheres-griôs do quilombo, no salão, destinado a atividades da memória oral, acima do restaurante, permitiu que se verificasse que a unidade do grupo de habitantes do Campinho da Independência, passava por elementos fundamentais, vinculados às “raízes do grupo”, fincadas ainda no século XIX naquelas terras em que seus ancestrais viveram e trabalharam. O primeiro deles é o apego à natureza, à mata e a tudo que ela representa para a sobrevivência.

Mas, o segundo passa pela ratificação da memória oral, de contar e repetir a história das três escravas, matriarcas de todos que ali habitam, o modo como viveram do fim da escravidão até os dias atuais. A luta pela posse da terra. O respeito à natureza. A medicina baseada nas plantas, as danças, a música... A vinculação do presente ao passado, ligado à ancestralidade é que sedimenta a união e faz com que apesar das imensas dificuldades eles ali permaneçam unidos. Como diz Duarte (2014), é pela atualização constante dos ensinamentos, tornando-se exercício vivo e interativo entre os membros da sociedade, que garante a filiação identitária do indivíduo ao grupo.

Os ensinamentos passados e repassados são de todas as ordens; são ligados ao cuidado com a terra, ao manuseio das plantas, ao uso das ervas medicinais, à arte culinária, ao artesanato, à dança e à música... Com a batalha da titulação da terra vencida, os quilombolas do Campinho da Independência precisaram buscar formas mais sustentáveis de trabalhar a terra, em face das regras de preservação. Tiveram que abandonar a caça e o extrativismo.

Diante da nova situação, as atividades produtivas ligadas à terra passaram a ser a agricultura agroflorestal. Houve a intensificação da produção de artesanatos e o turismo ecológico passou a fazer parte das atividades da comunidade, além do restaurante, ponto fundamental e síntese da vida comunitária do lugar.

As principais plantações são as de mandioca (utilizada para fazer farinha) e cana-de-açúcar (utilizada nos engenhos de cachaça). Além disso, são também plantados o feijão, o arroz e o milho. O artesanato, feito com taboca, taquara e cipó, é produzido basicamente para a comercialização. Em 2001 foi construída uma casa (em estilo rústico situada na beira da Rodovia Rio Santos) de artesanato, onde os trabalhos ficam expostos para venda.

O restaurante é, por assim dizer, um dos principais elementos de unidade no Quilombo, pois nele trabalham pessoas de todos os núcleos familiares e de gerações diferentes, dos cozinheiros às garçonetes em sua maioria adolescentes da comunidade.

A culinária praticada no restaurante é de muita qualidade, e o fato dos pratos serem feitos com produtos do local (logo, naturais e sem agrotóxico) conferem um valor a mais, além obviamente dos sabores inconfundíveis.

O restaurante recuperou receitas das matriarcas e passou a utilizar vários ingredientes colhidos na mata, como o fruto da palmeira Jussara, em extinção na época da titulação da terra e que foi replantada. Há uma parceria com os índios para a aquisição de peixes frescos.

Como disse o chefe Guga Rocha: talvez o início da cozinha brasileira tenha sido no quilombo e não na senzala, porque é impossível criar sem ingredien-

tes e acorrentado. Guga pondera que os quilombos reuniam não só negros, mas também índios fugitivos e mesmo alguns portugueses. “Há evidências históricas dessa convivência”. Para ele, a comida quilombola era “negociada” para agradar paladares distintos (Revista de Cultura, 2015).

Além de produtos agroflorestais como os frutos e palmitos da Jussara, o açaí e outros tantos alimentos produzidos nas terras quilombolas; os peixes da melhor qualidade (adquiridos com as comunidades indígenas e caiçaras da região) fizeram com que estes produtos ensejassem criações de pratos finíssimos, que possibilitam uma receita razoável para a economia do quilombo.

Ainda no complexo do restaurante, em forma circular, construído de madeira e outros produtos naturais, vê-se que ali funciona o centro da vida cultural do Quilombo do Campinho. As reuniões, debates internos e contação de histórias são feitas no salão que fica na parte superior do restaurante.

No espaço aberto onde ficam as mesas acontecem encontros musicais do quilombo e intercomunitários, numa troca cultural permanente e riquíssima. No pátio do restaurante tem-se desde monumentos orgânicos feitos por um arquiteto visitante, em homenagem às três fundadoras, até um grande pátio utilizado para bate papos e grandes encontros festivos de danças e cantos quilombolas.

É também no espaço próximo ao restaurante (uma espécie de largo) que são realizadas as conversas com os visitantes, e divulgada principalmente a mensagem de defesa da solidariedade e de uma economia baseada na preservação ambiental, mas numa perspectiva socioambiental.

J. Vansina (1981) diz que um estudioso que trabalha com tradições orais deve compenetrar-se da atitude em relação ao discurso, atitude essa, totalmente diferente da de um grupo que registrou todas as mensagens importantes. Uma sociedade oral reconhece a fala não apenas como um meio de comunicação diária, mas também como um meio de preservação da sabedoria dos ancestrais, reverenciada no que poderíamos chamar elocuições-chave, isto é, a tradição oral. A tradição pode ser definida, de fato, como um testemunho transmitido verbalmente de uma geração para outra.

A visita guiada, após ouvir a contação de história pela griô, permitiu observar o conhecimento sobre as plantas medicinais, em abundância no decorrer do trajeto. E nesse aspecto, o conhecimento acumulado é muito interessante. A guia que acompanhava o grupo que estava comigo não era uma mais velha, mas uma jovem de uns 30 anos, que sabia não apenas os nomes das plantas, mas as indicações terapêuticas.

Esse “passeio” com visitantes informando sobre as plantas é denominado turismo étnico. E percebe-se que mesmo com modos diferentes de narrar a

história da comunidade por cada um dos grupos responsáveis pelas atividades econômicas, há uma unidade fundamental naquilo que sedimenta a vida deles, que é a história do grupo contada e recontada.

De acordo com uma das griôs (elas fazem um rodízio na contação de história aos visitantes), a história contada por elas não passa pelo filtro da interpretação externa, que, como se vê em vários documentos, nem sempre reproduzem o que eles do quilombo realmente gostariam de contar e recontar. Por isso, a história oral da comunidade do Campinho, narrada aos que ali adentram, também tem um sentido político de não deixar que a cultura da comunidade seja desapropriada. Reside aí a consciência de serem donos da própria história, a construída e a contada.

Conclusão

A título de considerações finais, vale dizer, que observamos uma relação profunda de respeito à ancestralidade, e de forma muito prática, uma vez que os quilombolas entendem que são os mais velhos que detêm a memória dos principais embates que enfrentaram para sobreviver até ali. Assim, todas as vezes que a unidade do quilombo está ameaçada, ou são acometidos por acontecimentos externos que possam destruir os laços culturais e solidários ali presentes, o conselho dos mais velhos é acionado para dar seu parecer que é interiorizado pela comunidade como decisão máxima.

Também a título de considerações finais, é importante lembrar que, embora muito se tenha conseguido em termos de desenvolvimento sustentável para o quilombo, vários habitantes ainda continuam saindo para trabalhar em condomínios de luxo, localizados próximos à comunidade, para completar a renda familiar. As mulheres costumam trabalhar como empregadas domésticas e os homens como caseiros.

Assim, o maior desafio dos quilombolas de Campinho continua sendo a busca de alternativas de geração de renda que possam ser desenvolvidas no seu próprio território. A comunidade mantém um sítio eletrônico com informações para turistas, onde são anunciadas as diversas atividades realizadas no local, como trilhas ecológicas e apresentações de danças típicas. A comunidade também passou a dispor de uma pousada para os visitantes.

Sobre as políticas afirmativas, vale também mencionar, que a Fundação Palmares já certificou mais de 1.500 comunidades quilombolas no Brasil, sendo Bahia e Maranhão os estados com o maior número. Sabe-se que sem as

políticas de preservação da cultura afro-brasileira os quilombos teriam muita dificuldade de se manterem, por força das pressões econômicas no mundo globalizado, que empurram cada um para um lugar e vai mesmo desterritorializando as famílias (no caso dos quilombos, famílias extensas) que são a base do grupamento quilombola.

O Quilombo do Campinho mostra que a tradição oral possui características particulares, mas o verbalismo e sua maneira de transmissão, que difere das fontes escritas, são a forma pela qual os quilombos permanecem até hoje.

Nota

1. Constituição Federal, Artigo 68, do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias: “Aos remanescentes das comunidades dos quilombos que estejam ocupando suas terras, é reconhecida a propriedade definitiva, devendo o Estado emitir-lhes títulos respectivos”.

Referências

Fontes

COMUNIDADES QUILOMBOLAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Disponível em <http://www.cpisp.org.br/comunidades/html/brasil/rj/rj_conquista.html. acesso: 12 abril 2015.

DUARTE, Zuleide. A tradição oral na África. *Estudos de Sociologia*. v. 15. n. 2, p. 181-189, 2014.

PADILHA, Laura Cavalcante. *Entre voz e letra: o lugar da ancestralidade na ficção angolana do século XX*. Niterói: Ed. UFF, 1995.

QUILOMBO DO CAMPINHO DA INDEPENDENCIA. Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/Quilombo_Campinho_da_Independ%C3%AAncia#A_origem. Acess: 13 abril 2015.

QUILOMBO DO CAMPINHO DA INDEPENDENCIA: ORGANIZAÇÃO COMUNITÁRIA. Disponível em <https://www.facebook.com/pages/Quilombo-Campinho-da-Independ%C3%AAncia/346744275337924?sk=info&tab=overview>. Acesso 12 abril 2015.

REVISTA DE CULTURA. Disponível em http://www.revistadacultura.com.br/sempre-aqui/gastronomia/detalhe/14-12-03/Um_card%C3%A1pio_quilombola.aspx. Acesso: 12 de março 2015.

VANSINA, J. A Tradição Oral e sua Metodologia. *São Paulo; Ática, 1981 volume 1*. Disponível em <http://afrologia.blogspot.com.br/2008/03/tradio-oral-e-sua-metodologia.html>. Acesso em 20 de jun. 2015.

Legislação Federal

BRASIL. Constituição Federal de 1988.

BRASIL. Lei nº 12.288, de 20 de julho de 2010 - Institui o Estatuto da Igualdade Racial.

BRASIL. Lei nº 12.212, de 20 de janeiro de 2010 - Dispõe sobre a Tarifa Social de Energia Elétrica.

BRASIL. Lei nº 10.678, de 23 de maio de 2003 - Cria a Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial, da Presidência da República, e dá outras providências.

BRASIL. Lei nº 10.639, de 9 de janeiro de 2003 - Inclui no currículo oficial da Rede de Ensino a obrigatoriedade da temática “História e Cultura Afro-Brasileira”.

BRASIL. Lei nº 7.668, de 22 de agosto de 1988 - Autoriza o Poder Executivo a constituir a Fundação Cultural Palmares - FCP e dá outras providências.

Decretos

BRASIL. Decreto n.º 6.872, de 4 de junho de 2009 - Aprova o Plano Nacional de Promoção da Igualdade Racial - PLANAPIR, e institui o seu Comitê de Articulação e Monitoramento.

BRASIL. Decreto n.º 6.261, de 20 de novembro de 2007 - Dispõe sobre a gestão integrada para o desenvolvimento da Agenda Quilombola no âmbito do Programa Brasil Quilombola, e dá outras providências.

BRASIL. Decreto n.º 5.761, de 27 de abril de 2006 - Regulamenta a L-008.313-1991 - Programa Nacional de Apoio à Cultura - Pronac - Regulamenta a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, estabelece sistemática de execução do Programa Nacional de Apoio à Cultura - PRONAC e dá outras providências.

BRASIL. Decreto n.º 4.886, de 20 de novembro de 2003 - Institui a Política Nacional de Promoção da Igualdade Racial - PNPIR e dá outras providências.

BRASIL. Decreto n.º 4.885, de 20 de novembro de 2003 - Dispõe sobre a composição, estruturação, competências e funcionamento do Conselho Nacional de Promoção da Igualdade Racial - CNPIR, e dá outras providências.

BRASIL. Decreto n.º 4.884, de 20 de novembro de 2003 - Altera os arts. 1º e 4º do Decreto n.º 4.723, de 6 de junho de 2003, e os arts. 8º e 15 do Decreto n.º 4.705, de 23 de maio de 2003, que aprovam, respectivamente, a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções Gratificadas do Ministério do Desenvolvimento Agrário e do Instituto

Nacional de Colonização e Reforma Agrária – INCRA.

BRASIL. Decreto nº 4.883, de 20 de novembro de 2003 - Transfere a competência que menciona, referida na Lei no 10.683, de 28 de maio de 2003, que dispõe sobre a organização da Presidência da República e dos Ministérios, e dá outras providências.

BRASIL. Decreto nº 3.912, de 10 de setembro de 2001 - Regulamenta as disposições relativas ao processo administrativo para identificação dos remanescentes das comunidades dos quilombos e para o reconhecimento, a delimitação, a demarcação, a titulação e o registro imobiliário das terras por eles ocupadas - Revogado pelo Decreto nº 4.887, de 20.11.2003.

Instruções Normativas

BRASIL. INCRA Instrução Normativa n.º 57, de 20 de outubro de 2009 - Regulamenta o procedimento para identificação, reconhecimento, delimitação, demarcação, desintração, titulação e registro das terras ocupadas por remanescentes das comunidades dos quilombos de que tratam o Art. 68 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias da Constituição Federal de 1988 e o Decreto nº. 4.887, de 20.11.2003.

Portarias

BRASIL. PORTARIA INTERMINISTERIAL MP/MF/MCT Nº 127, de 29 de maio de 2008 - Estabelece normas relativas às transferências de recursos da União mediante convênios e contratos de repasse. Condições para áreas quilombolas.

BRASIL. FCP Portaria nº 20, de 28 de janeiro de 2010 - Disciplina a transferência voluntária de recursos financeiros da Fundação Cultural Palmares, fixa os critérios de seleção para apoio a projetos e estipula a data de abertura e encerramento do SICONV no âmbito da Fundação para o exercício de 2010.

BRASIL. FCP Portaria nº 98, de 26 de novembro de 2007 - Institui o Cadastro Geral de Remanescentes das Comunidades dos Quilombos da Fundação Cultural Palmares.

Resumo

O presente trabalho tem como objeto de discussão o Quilombo do Campinho da Independência, situado no Município de Paraty, no Estado do Rio de Janeiro, e sua importância para a preservação da cultura afro-brasileira. Buscar-se-á, primeiramente, abordar aspectos das políticas públicas afirmativas de apoio aos quilombolas para, em seguida, destacar aspectos fundamentais da cultura oral africana, trazida para o Brasil e lá preservada, como a contação da história do grupo (por mulheres intituladas griôs), a culinária praticada no restaurante do quilombo, o uso de plantas medicinais para tratamento de enfermidades e o respeito ao concelho formado pelos mais velhos, instância maior para tomada de decisões da comunidade.

Palavras-chave

Memória - História - África - Cultura oral.

Abstract

The present work has as object of discussion the Quilombo do Campinho da Independência, located in the municipality of Paraty, Rio de Janeiro State, and their importance to the preservation of Afro-Brazilian culture. Seek, first, to address aspects of affirmative public policies in support of the quilombolas to then highlight key aspects of the African oral culture, brought to Brazil and preserved there, as the story of the history of the group (for women titled griôs), the cuisine practiced at the quilombo, the use of medicinal plants for treatment of diseases and the respect to the municipality formed by older for instance, decision-making in the community.

Keywords

Memory - History - Africa - Oral culture.

Entre a música e a política: uma abordagem cultural do rap dos Racionais MC's¹

Gabriel Gutierrez

Introdução

Em 2015, os Racionais MC's chegaram aos 26 anos de carreira consolidados como o maior grupo de rap do Brasil. Sucesso de público e crítica, o grupo de São Paulo fez seu nome no hip hop nacional tendo como atributo marcante o contorno político das suas letras. Levando a sério o chamado “quinto elemento” da cultura hip hop, a “consciência”, Mano Brown, DJ KL Jay, Edi Rock e Ice Blue construíram uma estética musical inspirada, que serviu de alicerce para a produção de um discurso poético e político pouco cordial, refratário ao mito da democracia racial, crítico da violência policial e distante das conciliações características da cultura política brasileira. Articulada a esse discurso combativo, nasceu uma poesia musical que afirmou a autoestima dos negros da periferia. Assim, os Racionais foram pioneiros e criaram um rap poderoso, de estilo brasileiro, conjugando referências da música negra americana, a elementos do samba-rock, da MPB e da música negra pop brasileira dos anos 1970.

Consciente das estatísticas referentes aos jovens das periferias, as letras dos Racionais versaram sobre um desafio ético: como encarar o cotidiano na periferia de São Paulo com dignidade e inteligência, lidando de forma ativa com as possibilidades e encruzilhadas que a vida na cidade violenta e segregada apresenta para seus habitantes? Este trabalho realiza uma

abordagem cultural dos Racionais MC's, articulando-a à noção de cultura popular negra, para, assim, compreender as múltiplas dimensões desta música política capaz de produzir um *ethos*.

Cultura e sociedade na contemporaneidade

A força da cultura como elemento explicativo para a realidade social já há algum tempo vem sendo explicitada por diversos autores. Em *A nova história cultural*, Desan (1995) descreve a trajetória de E. P. Thompson e Natalie Davis no alargamento de suas visões tendo em vista uma compreensão mais abrangente dos fenômenos sociais. Este movimento supõe a relativização de uma perspectiva puramente materialista para uma análise mais ampla que leve em conta os fatores para além do plano econômico. Àquela altura, os autores percebiam o papel decisivo e determinante da cultura como força motivadora das transformações históricas, especialmente no que se refere à questão popular, associando-se, assim a uma recusa da explicação simples de base/superestrutura para formação das percepções culturais. A ideia central que emerge desta nova percepção é a de que a noção de “classe” não dá conta integralmente da compreensão dos fenômenos culturais, pois ao levar em conta preponderantemente o fator econômico, não percebe que as camadas populares não são presas de forças históricas externas e determinantes. Antes, as primeiras têm papel ativo na criação de sua própria história e na definição de sua própria identidade cultural (Desan, 2001).

Para procedermos uma abordagem que leve em conta tal perspectiva teórica para entender os processos culturais e sociais atuais, segundo Maffesoli (1995), devemos nos focar no que o autor chama de usos e costumes da “socialidade de base”. Segundo ele, é observando os aspectos ligados ao imaginário, ao cotidiano e à estética é que compreenderemos a vibração comum atrelada ao desejo comunitário no mundo contemporâneo. De alguma maneira, a música dos Racionais ativa através de seus múltiplos discursos este ideal comunitário. O compartilhamento dos elementos sensíveis presentes na música dos Racionais é, assim, um importante fator de socialização.

E como este ideal comunitário pode ser articulado ao sentido político tão presente no rap dos Racionais? Antes de tudo, é necessário notar que, no mundo contemporâneo, houve o que Maffesoli chama de uma “transfiguração do político”, manifesta no cansaço em relação ao político concebido como ideal democrático pautado no individualismo moderno, onde o social é visto

como resultado racional, funcional ou contratual da associação de indivíduos autônomos (Fernandes, 2009). Vivemos hoje um momento de crise de representação destes meta-relatos. Por isso, testemunhamos o que Fernandes (2009) chama de um processo de redistribuição e acomodação dos poderes – antes centrados e bem definidos nas instituições modernas.

A partir deste processo de redefinição, como diz, Maffesoli (1995), se processou uma recriação total, e a saturação dos valores da Modernidade deu lugar a valores alternativos. Para, então, pensar o político, deve-se ter em conta hoje a emergência de tribalismos de toda sorte associada a um processo de estetização da existência. O movimento hip hop, e dentro dele o rap dos Racionais, pode ser visto como uma manifestação de um destes tribalismos. Segundo Maffesoli (1995), o ideal democrático da Modernidade ultrapassada foi substituído por uma espécie de ideal comunitário, que dá sentido a elementos arcaicos que, acreditava-se, haviam sido esmagados pela racionalização do mundo. O que se vê no momento atual é uma “cultura de sentimento”, mais relacionada, como veremos à frente, a uma sensibilidade, e menos a uma racionalidade. Daí a relevância da música nesta dinâmica. E mais: da música negra, porque, de alguma forma, o hip hop e o rap podem ser vistos como uma das ressurgências étnicas e apego a localidades de que fala o autor.

A questão crucial, portanto, é enxergar como o rap dos Racionais engendra um estar-junto a partir da construção de um discurso ético para o jovem das periferias do Brasil contemporâneo. Estes jovens participam do “mistério” desta música. Como isso acontece exatamente? O ideal comunitário contido nela sugere “solidariedade e generosidade” (Maffesoli, 1995) para esta socialidade de base. Ancorado num discurso sobre a forma de levar a vida cotidiana da maneira mais digna possível.

Outro conceito fundamental para a ótica proposta neste trabalho é o de potencialidade estético comunicativa (Fernandes, 2009), utilizado aqui para compreender as interações sociocomunicacionais das comunidades atuais. Para Fernandes (2009), a substância da sociabilidade contemporânea reside mais no que ela chama de uma ordem estética, dentro da qual se compartilham emoções, sentimentos e paixões comuns, do que num projeto de caráter coletivo que pressupõe uma ordem racional. Neste sentido, Fernandes sugere uma reflexão que recusa a “institucionalidade” como o espaço privilegiado tanto do mundo social como da comunicação e da política, e que valorize o agir comunicativo pautado num imaginário comunitário ancorado numa razão sensível. Fundamental é compactuar com a ideia de que a compreensão do cotidiano precisa ir além dos valores da racionalidade moderna.

Assim, o social seria formado pelo que a autora chama de pluralidades estético-culturais comunitárias que mostram que o indivíduo constrói sua história a partir de uma socialidade de base que o religa ao mundo. Estas pluralidades nascem da capacidade dos sujeitos de criação e invenção em sentido estético, levando em conta sensações, expressões artísticas, emoções coletivas e valores. Estes elementos são agora centrais para a existência da “empatia geradora do élan comunitário-tribal” (Fernandes, 2009: 29). Os sonhos e desejos, antes armazenados na esfera privada da vida, passam a circular na esfera pública cotidiana ao lado da economia e da política.

A criatividade social tanto dos indivíduos como das diversas comunidades ou “tribos” é estruturada pela potência, diz Fernandes (2009). Aqui podemos pensar como o rap dos Racionais opera exatamente neste sentido, produzindo um élan comunitário a partir de sua música, esta potência, deslocando o lugar da política e propondo uma forma de viver mais digna. Assim, a arte passa a representar o lugar do convívio, onde a sensibilidade produz o processo de comunicação social. Neste sentido, a comunicação da música dos Racionais configura-se como uma importante mediação para a constituição de um *ethos* que nasce da decisão criativa dos *rappers* de compartilhar suas emoções em comum.

O hip hop e o “modernismo nas ruas”

No que se refere especificamente ao campo cultural, nas últimas décadas, o contexto contemporâneo experimentou importantes transformações a respeito das possibilidades criativas das periferias globais. Autores como Hall (2003) argumentam que, na contemporaneidade, assistimos a uma mudança fundamental em relação ao modernismo dominante no século XX: a crescente emergência rumo às práticas culturais populares e às práticas que tratem de narrativas locais. A valorização destes aspectos da vida cultural associa-se ao descentramento de antigas hierarquias e grandes narrativas. Neste cenário, ocorre um deslocamento que abre caminho para novos espaços de contestação e oportunidades estratégicas para a intervenção no campo da cultura popular” (Hall, 2003: 337).

Esta realidade pós-moderna registra mudanças estilísticas na dominante cultural (Hall, 2003: 337) e alterações no equilíbrio de poder das relações da cultura. Nas últimas décadas os EUA consolidaram-se como potência mundial e, conseqüentemente, como centro de produção e circulação global de cultura, e o outrora chamado Terceiro Mundo descolonizou-se, propiciando,

assim, a emergência de sensibilidades descolonizadas. Estes fatores históricos e culturais configuraram o que Hall chama de um “modernismo nas ruas” (p. 337), em que a cultura oriunda das margens nunca foi tão fértil. A maior abrangência destas possibilidades periféricas é resultado de políticas culturais de valorização da diferença e da produção de novas identidades, fazendo nascer, assim, novos sujeitos no contexto cultural.

O movimento hip hop parece ser exatamente a concretização de uma dessas oportunidades de intervenção cultural no campo popular na pós-modernidade. No contexto brasileiro, o rap dos Racionais pode ser lido como uma potência artística que engendra “estratégias culturais capazes de deslocar as disposições do poder” (Hall, 2003: 339) ao apresentar em suas letras um discurso poético de resistência e autoafirmação.

Nascido de uma conexão EUA-Jamaica, o movimento hip hop surgiu na periferia negra e latina do mundo ocidental no final do século XX como uma manifestação cultural ao mesmo tempo de caráter artístico e político. Seu braço musical é o rap, que naquele contexto, poderia ser caracterizado como uma espécie de vocalização de críticas e demandas relacionadas à denúncia e resistência às opressões experimentadas pelos negros da diáspora africana. Kellner (2001) define o rap como uma espécie de “fórum cultural onde os negros urbanos podem expressar experiências, preocupações e visões políticas” (p. 230). De certa forma, é através da música que os negros contam a sua história na diáspora. Simultaneamente uma linguagem musical e um discurso crítico do poder, o hip hop é o episódio contemporâneo de uma longa tradição de subversão cultural negra, em que a contestação social e a manifestação dos anseios por liberdade são realizadas através da música e da performance (Rose, 1994).

Limítrofe, entre a expressão cultural e ação política, o hip hop é historicamente originário do gueto empobrecido de Nova York do final dos anos 1970. Nas artes, seu aspecto musical é o rap, que utiliza os instrumentos tecnológicos de áudio dos DJs para viabilizar uma bricolagem de sons variados já existentes. Também no rap, há a forma e o conteúdo das letras dos mestres de cerimônias (MC), que mais falam do que cantam, relatam as cenas da vida cotidiana e contam histórias de suas localidades, emulando a tradição americana da *spoken poetry* (poesia falada) e a tradição africana dos *dozens* e *toasts*, em que a oralidade é o elemento central na fala de rua (Macedo, 2011). Além da música, o movimento originariamente contempla também as artes visuais, com o grafite, e a dança, com o *break*.

Fortemente associado aos bairros da periferia, o hip hop é um acontecimento de caráter cultural em que a condição geográfica e o sentimento de pertencimento a uma certa localidade são fatores determinantes. Em geral, este movimento relaciona-se a uma comunidade onde uma vasta rede de pessoas e coletivos possuem experiências comuns na adversidade e também na solidariedade, nas bordas do sistema capitalista mundial (Takeuti, 2010), nos bairros populares das cidades pós-industriais. Hoje, o hip hop opera como uma linguagem mobilizada como ação simbólica e comunitária, que ultrapassa as fronteiras estadunidenses e configura-se como gramática global dos jovens excluídos da periferia de todo o planeta.

De Certeau (1994), traz uma abordagem interessante para pensarmos esta questão na medida em que trabalha com a ideia de microrresistências dentro da cultura popular, sugerindo uma “historicidade social na qual os sistemas de representações ou os procedimentos de fabricação não aparecem só como quadros normativos, mas como instrumentos manipuláveis por usuários” (p. 82). Segundo o autor, existem maneiras de utilizar sistemas impostos que podem ser vistas como resistências, como manobras, em que a cultura popular se opõe ao estigma da assimilação e desfaz o “jogo do outro”, alterando, com prazer, as regras do espaço opressor para, assim, criar microliberdades.

Parece-nos que o rap pode ser encarado desta maneira, já que ele se utiliza de matérias primas disponíveis na sociedade de consumo capitalista e fabrica sua arte a partir de sobras, operando, assim, uma reapropriação que ocasiona uma transfiguração (Shusterman, 1998) que desrespeita e desarruma a ordem do poder restritiva em relação a direitos autorais, por exemplo. Mais ainda, por ser feito a partir desta utilização de sobras (os *samples* de músicas que já existem e que são colados, fragmento ao lado de fragmento, para o surgimento da música) o rap é uma forma musical que pode ser realizada sem instrumentos musicais – extremamente caros para os jovens do gueto empobrecido de Nova York que criaram este gênero musical. Como não era possível aprender a tocar ou, muito menos, contratar uma banda, os pioneiros do braço musical do hip hop fizeram o que De Certeau chama de “trampolinagem”, driblaram a lógica econômica excludente e, de maneira criativa, transformaram uma limitação numa potencialidade. Foram estes jovens, sem capacitação universitária, mas muitos deles com formação de técnicos em eletrônica, que desenvolverem a tecnologia necessária para extrair fragmentos de músicas que já existiam, para, a partir de um mecanismo de bricolagem, produzir sua própria linguagem de expressão cultural. E, assim, como diz Herschmann (2000), através de nego-

ciações e tensões (mais do que pelo confronto aberto), o rap pôde elaborar valores, sentidos, identidades, afirmando localismos e, ao mesmo tempo, integrar seus adeptos a um mundo cada vez mais globalizado.

Os Racionais MC's

Maior nome do hip hop brasileiro, os Racionais MC's são um objeto de estudo privilegiado, especialmente no que se refere à sociabilidade que pode ser engendrada pelo rap e pelo movimento hip hop. O hip hop chegou ao Brasil nos 1980, originalmente na região metropolitana de São Paulo. Especialmente praticado por *office-boys*, o hip hop apareceu como expressão de um movimento cultural juvenil (Weller, 2011), caracterizado como manifestação estético-política (Silva, 1998), que serviu de ponto de encontro para jovens das diversas regiões periféricas.

O que prepara o terreno para o surgimento deste movimento cultural naquele contexto é a existência anterior da *black music* presente nos bailes que tocavam especialmente *funk* e *soul*, e agrupavam jovens que tinham em comum a experiência da segregação socioespacial (Caldeira, 1997) enquanto moradores dos bairros periféricos (Silva, 1995) (Weller, 2011). Nestes encontros começa a ser forjada uma identidade negra, que conjuga elementos estéticos e musicais a um forte caráter político. A crítica, como diz Weller (2011), direciona-se à posição de desvantagem do negro em relação ao branco no Brasil. Nascia ali, na São Paulo do final do século XX, uma nova consciência étnica pautada na estética.

Os Racionais MC's são filhos diretos deste processo sociocultural. Lançam seu primeiro trabalho em 1990 e já contam, em 2015, 26 anos de carreira. Há diversos aspectos políticos e culturais que recobrem o grupo e, especialmente sua música, e a partir deles podemos compreender as múltiplas dimensões do discurso de crônica do cotidiano e afirmação de autoestima dos Racionais como propositoras de um ideal comunitário de forte viés ético.

Os Racionais representam uma fissura em relação a um certo modelo de representação da cultura brasileira que encobre os diferentes interesses presentes no cotidiano social com a imagem simbólica de um país unificado (Herschmann, 2000). Neste sentido, a crônica que os Racionais fazem do cotidiano na periferia da maior metrópole brasileira mostra um outro retrato do Brasil, marcado pela pluralidade e por fraturas sociais profundas e que delimitam um novo ambiente cultural urbano contemporâneo. Pensar os Racionais, portanto, através de uma perspectiva cultural e que leve em conta

toda a carreira do grupo, significa fazer o que Herschmann (2000) chamou de “mapeamento da multiplicidade de territórios de uma emergente dinâmica cultural”. Refletir sobre a estética comunicacional do grupo é pensar a relação entre cultura e poder no Brasil, abrindo espaço, como diz o autor, para a percepção das dinâmicas discursivas que produzem o consenso social e as práticas que apontam para a diferença e reorganizam, uma nova configuração mais fragmentária do espaço social.

Cultura popular negra

Como diz Hall (2003), “em certo sentido, a cultura popular tem sempre suas bases em experiências, memórias e tradições do povo. Ela tem ligações com as esperanças e aspirações, tragédias e cenários locais que são práticas e experiências cotidianas de pessoas comuns” (p. 340). Dentro dessa definição, o rap pode ser visto como uma narrativa poética de caráter cronístico, que retrata a vida cotidiana das populações marginalizadas das grandes cidades do final do século XX e início do XXI, especialmente a vida dos jovens. Os Racionais dizem que eles são a “voz da favela”, a “trilha sonora do gueto”, pois elaboram em forma de música a “experiência das comunidades populares”, da vida local, traduzindo em ritmo e poesia e de forma autêntica as esperanças e aspirações dos jovens negros das periferias urbanas. Assim, como diz Hall (2003), elementos da cultura popular – no caso, o rap – são identificados como tais para que se possa vê-los como expressão de uma “vida subalterna específica, que resiste permanentemente a ser reformulada como baixa e periférica” (p. 341).

Conforme a definição do autor, além de estar enraizada nas experiências populares, a cultura popular também está disponível para expropriação por parte do circuito do poder e das forças econômicas de mercado. Especialmente no mundo contemporâneo, onde tornou-se a forma dominante da cultura global, a cultura popular configura-se como um espaço privilegiado de mercantilização e homogeneização, fazendo com que frequentemente estereótipos e fórmulas submetam o controle de suas narrativas e representações às burocracias culturais estabelecidas. Neste sentido, os Racionais sempre foram arredios em relação ao controle e apropriação externos de sua produção musical. Criaram seu próprio selo (Cosa Nostra) e produtora (Boogie Naípe) para serem sempre criadores independentes e evitarem a sujeição de sua arte a outros atores. No que se refere à indústria cultural, os Racionais, como grupo, nunca se apresentaram nos grandes canais de

TV, apenas na TV Cultura (programas “Ensaio”, “Roda Viva” e outros) e na MTV (programas “VMB” e “YO!Raps”).

Hall (2003) aponta também a existência de um caráter contraditório na cultura popular negra, que impediria sua redução aos binarismos mais frequentes: alto/baixo, cooptação/resistência, autêntico/inautêntico, experiencial/formal, oposição/homogeneização. Afirma que neste tipo de cultura não existem formas puras. Mas, em vez de pensar por meio da noção de “pureza”, diz o autor, seria mais interessante compreender estas formas culturais a partir da observação de “sincronizações parciais” (Hall, 2003: 343), confluências de mais de uma tradição cultural, negociações entre posições dominantes e subalternas, uma negociação crítica com diferentes fontes culturais e a produção de significação a partir de material preexistente (os *samples* usados nos raps, por exemplo), criando, assim, uma cultura híbrida para a qual análises que trabalhem com a dualidade autêntico/inautêntico sejam inadequadas e não compreendam o caráter adaptativo das formas culturais nos espaços mistos e contraditórios da cultura popular. Assim, os repertórios atuais da cultura popular negra foram determinados tanto pela herança africana quanto pelas condições diaspóricas.

Para Hall (2003), na arena cultural sempre há espaços a se conquistar e nunca a cultura popular será integralmente incorporada pelos interesses dominantes. E mesmo quando as formas culturais foram cooptadas ou deformadas é possível encontrar ali elementos de resistência e autenticidade que afirmam à tradição de lutas do povo negro na diáspora, a estética negra, que inclui a musicalidade (a “estrutura profunda da vida cultural negra”), a oralidade, a “rica, profunda e variada atenção à fala”, as inflexões vernáculas e locais e sua rica produção de contranarrativas por uma comunidade que mantém suas tradições e lutas (Hall, 2003: 342).

Sob esta ótica, é possível localizar nos Racionais os elementos que Hall descreve como características autênticas da cultura negra. Essas características são: essa comunidade negra que manteve tradições e lutas; uma estética ou série de repertórios culturais negros; a produção de contranarrativas negras. A presença da remissão às lutas na diáspora e produção destas contranarrativas é uma das características essenciais do trabalho musical dos Racionais, como na famosa música “Negro Drama”. Já a importância da oralidade e a atenção à fala, por exemplo, são evidentes pela presença marcante da figura do MC, que desenvolve sua forma própria de rimar acentuando sua fala no tempo da batida. Essa tradição vem de uma linhagem de formatos de fala/poesia/música,

como já foi mencionado, mas que contemporaneamente é oriunda da gíria de rua afro-americana conhecida como *Jive talkin*, em que o estilo de falar é o ponto de partida para o estilo de “cantar”, a partir de uma estética oral sinuosa, rimada, cheia de ênfases. Como no rap geralmente não há melodia, o *rapper* não é exatamente um cantor. Antes, ele é um artista da rua que se apropria do “dialeto” falado nas periferias e o utiliza como matéria prima para sua ourivesaria poética e musical. Como MC, Brown, por exemplo, faz um uso bem peculiar do português. Fã de Chico Buarque e Guilherme Arantes, o *rapper* tem uma verve poética trabalhada, faz metáforas inventivas e cria imagens poderosas e de intensa capacidade de comunicação a partir da reelaboração ritmada da fala do cotidiano. Além disso, nos shows, costuma fazer discursos (que os Racionais chamam de “orelhada”) entre uma música e outra.

No que se refere à sensibilidade para música negra, os Racionais são um caso especial dentro no cenário do rap nacional dos anos 1980 e 90, por terem uma relação estreita com esta linguagem artística – talvez mais do que a maioria dos outros nomes do hip hop brasileiro. É possível, inclusive, que esta seja uma das razões que explicam o enorme sucesso de seu trabalho. Seu repertório rítmico é rico, tendo em vista a presença frequente do samba, do *funk* americano e da *soul music* nas suas bases. Brown conheceu a música nos terreiros de candomblé ainda na infância, tocou repique de mão num grupo de samba na adolescência e começou a se apresentar como *rapper* em bailes *black*. Apaixonado pela música negra brasileira e estadunidense, Brown chega a se ressentir do fato das pessoas sempre o interpelarem para falar de política, e raramente de música.

Ao lado da musicalidade do MC, há a musicalidade do DJ. No caso, KL Jay é grande apreciador de jazz e rock, colecionador de discos, tem trajetória sólida discotecando na noite de São Paulo – para além do trabalho com os Racionais – e costuma dizer que falta suingue aos DJs. Além dele, Brown e Rock fazem as batidas para os raps do grupo. Suas referências para a composição são inúmeras e passeiam com classe por uma boa parte da música negra pop contemporânea: ouve-se *samples* de Tim Maia, Curtis Mayfield, Cassiano, Al Green, Jorge Ben (em homenagem a quem Brown batizou seus dois filhos, Jorge e Domênica), Almir Guineto, Marvin Gaye, Isaac Hayes, The Meters, Hyldon, Michael Jackson, James Brown (cujo nome serviu de inspiração para o apelido do líder dos Racionais), Leon Hare e outros.

Nota

1. Este artigo é o desdobramento de um trabalho anterior já publicado que faz a análise das letras dos Racionais ao longo de sua carreira. Neste *paper*, desenvolvemos e avançamos com a parte teórica da pesquisa, enfatizando o aspecto cultural na abordagem da obra dos Racionais MC's.

Referências

- CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. Enclaves fortificados: a nova segregação urbana. *Novos Estudos* CEBRAP, v. 47, p. 155-76, 1997.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- DESAN, Suzanne. Massas, comunidade e ritual na obra de E. P. Thompson e Natalie Davis. In: HUNT, Lynn. (Org.) *A nova história cultural*. São Paulo: Martins Fontes, 2001. p. 63-96.
- FERNANDES, Cíntia SanMartin. *Sociabilidade, comunicação e política: a experiência estético-comunicativa da Rede MIAC na cidade de Salvador*. Editora E-papers, 2009.
- HALL, Stuart. Que “negro” é este na cultura negra. In: _____. *Da diáspora: identidade e mediações culturais*. Brasília: UFBG, 2003. p. 335-352.
- HERSCHMANN, Micael. *O funk e o hip-hop invadem a cena*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.
- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. São Paulo: EDUSC, 2001.
- MACEDO, Iolanda. A linguagem musical Rap: expressão local de um fenômeno mundial. *Tempos Históricos*, v. 15, 2011, 261-288.
- MAFFESOLI, Michel. *A contemplação do mundo*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.
- ROSE, Tricia. *Black Noise: Rap music and black culture in contemporary america*. Connecticut: Wesleyan University Press, 1994.
- SHUSTERMAN, Richard. *Vivendo a arte: o pensamento pragmatista e a estética popular*. São Paulo: Editora 34, 1998.
- SILVA, José Carlos Gomes. *Rap na cidade de São Paulo: música, etnicidade e experiência urbana*. 1998. (Doutorado em Ciências Sociais) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, 1998.
- TAKEUTI, Norma Missae. Refazendo a margem pela arte e política. *Nômadias*, v.32, 2010, p. 13-26.
- WELLER, Wivian. *Minha voz é tudo o que eu tenho: manifestações juvenis em Berlim e São Paulo*. Belo Horizonte: Ed. EDUFMG, 2011.

Resumo

Este artigo tem o propósito de compreender o trabalho musical dos Racionais MC's a partir de uma perspectiva cultural. A ideia central é abordar a cultura como elemento explicativo da realidade social, para, assim, encarar o movimento hip hop, e dentro dele o rap dos Racionais, como um dos tribalismos característicos da contemporaneidade. A pós-modernidade testemunhou importantes transformações a respeito das possibilidades criativas das periferias globais e o hip hop parece ser exatamente a concretização de uma dessas oportunidades de intervenção cultural no campo popular. Este trabalho argumenta que os Racionais são uma manifestação atual da cultura popular negra que utiliza o rap para engendrar um estar-junto a partir da construção de um discurso ético para o jovem das periferias brasileiras.

Palavras-chave

Racionais MC's - Hip Hop - Cultura negra.

Abstract

This article aims to understand the rap music of the Racionais MC's from a cultural perspective. The central idea is to approach culture as an explanatory element of social reality, and thus face the Hip Hop movement, and within it the rap of the Racionais, as a contemporary cultural tribalism. Post-modernity witnessed important changes in the creative possibilities of global peripheries and Hip Hop seems to be exactly the realization of one of those cultural intervention opportunities in the popular field. This paper argues that the Racionais are a current manifestation of black popular culture that uses rap to create a "being-together" with the construction of an ethical discourse for the youth in the Brazilian outskirts.

Keywords

Racionais MC's - Hip Hop - Black Culture.

A filosofia na vida cotidiana e a sua importância na atualidade¹

Luciano Zarur

Uma das formas de saber em maior demanda e mais necessárias, fará uma *rentrée* em regra nos sistemas universitários, mas também em muitos lugares públicos e nas redes de convívio. Essencial para pensar e conceitualizar a ética do mercado, para organizar a democracia sem fronteiras e pensar além da precariedade, ela não se construirá ao lado da ciência, e menos ainda contra ela, mas para tentar responder às perguntas que esta não pode resolver sozinha (Attali, 1991: 180).

Introdução

A força de estereótipos e lugares-comuns – sobretudo dos mais repetidos e/ou hiperdimensionados pelos meios de comunicação de massa – fixa imagens muitas vezes distantes da realidade. É o mal de que sofre a filosofia, que, embora se insira em nossa vida de maneira tão tácita quanto inexorável, como, por exemplo, no uso de conceitos e vocabulário filosóficos por não-iniciados, ainda parece longe do que se convencionou chamar cotidiano. Apesar de, muitas vezes, não terem pleno domínio do que pretendem propagar em seu discurso quando utilizam termos (como ideia, razão, essência, substância, por exemplo) e conceitos emprestados do universo filosófico (como os aristotélicos, *catarse* e *mímese*, por exemplo), leigos e iniciados recorrem a eles frequentemente com objetivo de dar mais substância racional a seu discurso, seja para emitir uma mera opinião sobre um produto cultural (quando, voluntária ou involuntariamente aproximam-se do exercício de avaliação estética, ou seja, do subjetivismo que caracteriza a filosofia da arte), ou, meramente, para explicar um procedimento profissional (isto é, um método, cuja origem também deriva da Grécia clássica) ao chamarem-no de filosofia de trabalho.

Os exemplos deste uso algo desatento estão em toda parte; vão desde treinadores de equipes esportivas que, para conferir maior importância à

sua forma de executar suas tarefas, falam em “filosofia de jogo”, até cabeleireiros que dizem “desconstruir” um penteado, muito provavelmente sem saber quem foi Jacques Derrida². Mesmo assim, persiste uma impressão generalizada de que a atividade filosófica se realiza a distância da vida dos homens em geral.

Tal visão começa a desaparecer ao lembrarmos exemplos simples que mostram o quanto os pensamentos da vida cotidiana hodierna estão eivados e/ou inspirados em ideias de filósofos que divulgamos sem termos consciência. Para tanto, bastaria citarmos alguns, como a inscrição na bandeira brasileira baseada em clara orientação do positivismo de Auguste Comte³, doutrina que inspirou outro princípio muito usado na fala corrente, o famoso “contra fatos não há argumentos”. Outro caso de origem filosófica pouco percebida (e momentoso em anos de eleição) é a retórica de um sem-número de candidatos a cargos políticos, que incorporam – sistemática ou eventualmente – a seus discursos técnicas sofisticadas, ainda que desconheçam sua origem nos primórdios da filosofia ocidental. Quando uma pessoa afirma, objetivando desvalorizar uma posição discordante, que cada um tem sua própria opinião (*doxa*), nota-se a presença do relativismo, já aplicado pelos sofistas, apesar de os falantes, majoritariamente, desconhecerem o sentido de *episteme* (palavra grega que significa conhecimento ou ciência). Para aqueles que julgam que a razão tem um valor absoluto e tudo pode ser explicitado por meio dela, o fundamento é o racionalismo. Os que valorizam principalmente a experiência de vida – ou seja, o conhecimento empírico, adquirido com o passar do tempo – pautam-se (conscientemente ou não) no empirismo como modo de desenvolver a cognição.

Poder-se-ia aumentar ainda mais a lista de exemplos. Contudo, tencionava-se tão-somente evidenciar que todas as pessoas estão impregnadas de posições filosóficas, assumidas e utilizadas sem que o saibam. Logo, a filosofia não se afasta da vida prática, como ainda é voz-corrente, mas integra a existência humana com sua presença perene. E um dos indícios disso é a preocupação comum com as questões da ética (em muitas de suas vertentes: deontológica, utilitarista, política, profissional, religiosa, corporativa, por exemplo), dentro da significação que este campo filosófico já teve, isto é, como a ciência que se ocupa dos objetos morais em todas as suas formas, a filosofia moral.

Assim, este artigo visa a contribuir para que se reconheça com mais nitidez a inserção da filosofia na vida de todo e qualquer ser humano, no sentido da prática, isto é, dada a qualquer forma de conhecimento vivenciado, mesmo que isso não seja percebido. Partindo da premissa de que muitas ideias e noções originárias do pensamento filosófico transcendem suas fronteiras e chegam, mesmo que parcial e/ou indiretamente, a transitar entre as pessoas não-especializadas ou até leigas em filosofia – já que integram seus raciocínios, baseiam seus argumentos em discursos que objetivam ser racionais e até balizam muitas de suas ações, principalmente quando buscam comportamentos pautados em noções éticas –, objetiva-se, neste trabalho, primeiramente evidenciar de que forma a filosofia se insere na vida social, independentemente do nível escolar de cada indivíduo.

Tal fato ocorre, inclusive, com a tentativa de aplicação, ainda que enviesada, de conceitos oriundos do começo da filosofia ocidental, isto é, muitíssimo distantes espaço-temporalmente dos dias atuais, e que, apesar disso, integram falas de pessoas comuns, ou seja, não-especializadas na disciplina filosófica. Essa situação demonstra a relevância que a filosofia antiga continua a ter nesta época, tema que também evidencia a importância do pensamento filosófico para qualquer ser humano, inclusive para os mais simples do ponto de vista intelectual.

A filosofia e a vida social

Talvez não seja tão nitidamente percebido pelo senso comum, mas a filosofia está ligada pelos vínculos mais diversos a diferentes fenômenos da vida social. Como se sabe, o próprio aparecimento da filosofia, a luta de tendências opostas no seio dela, a existência de opiniões diferentes sobre o conhecimento, sobre as causas de todas as transformações que ocorrem no mundo – tudo isto tem raízes sociais. Por sua vez, a filosofia influi na luta política, no progresso das ciências, nos movimentos religiosos, na arte, no indivíduo e na época inteira.

Para compreender a essência da ação recíproca entre a sociedade e a filosofia, é preciso esclarecer suas funções sociais, penetrar nas particularidades do reflexo da matéria social na consciência filosófica e mostrar a ligação indissolúvel dos problemas filosóficos a determinadas etapas de desenvolvimento da sociedade ao longo da história. E este processo é perene, ou seja, verifica-se também na atualidade.

Pode-se dizer que a característica precípua – e também sua função primeira – é explicar corretamente tanto o passado como o presente. Muitos filósofos de épocas passadas viam nisso a única função da filosofia. Para diversos pensadores, o filósofo pode compreender o que já aconteceu, o que já pertence ao passado. Portanto, a filosofia poderia apresentar os seus ensinamentos só depois de analisar um fato consumado.

Entretanto, para tentar manter a almejada pureza científica de seus postulados, o filósofo vê-se, frequentemente, obrigado a entrar em contradição com os interesses dos grupos dominantes. Todavia, não se pode esquecer que a missão de uma teoria científica não apenas consiste em explicar e interpretar o que já passou, como também em fazer uma antevisão adequada do futuro. Destarte, uma filosofia autenticamente científica deve possuir esta faculdade (Kirilenko e Kórshunova, 1986: 198-9). Uma vez que uma sociedade futura só pode surgir do que resta da antiga, considerada ultrapassada, a classe progressista está interessada em criar uma doutrina filosófica científica. Logo, uma filosofia verdadeiramente científica deve ser capaz de apresentar uma interpretação correta do passado e simultaneamente uma antevisão apropriada do tempo futuro, traduzindo o interesse das camadas progressistas, mais avançadas, da sociedade.

Pode-se dizer que a filosofia constitui a base teórica da transformação da sociedade. O surgimento do marxismo é um exemplo da íntima ligação da filosofia à vida social. Como se sabe, o pensamento e a doutrina marxistas não emergiram à margem do curso principal do progresso da civilização mundial. O seu aparecimento foi precedido por toda a evolução da sociedade. Nesta relação, convém sublinhar-se as premissas sócio-econômicas, políticas, filosóficas, teóricas e científicas para que a filosofia marxista surtisse.

No plano histórico, como sabemos, o marxismo foi preparado pelo desenvolvimento do capitalismo e da luta de classes na Europa. A classe operária onde se firmara o capitalismo incorporou-se ativamente na luta revolucionária – não apenas de inspiração marxista. Porém, o proletariado não possuía um programa claro de luta, o que teria sido a causa principal do fracasso de suas ações revolucionárias. Logo, tornou-se patente a necessidade de uma teoria revolucionária e a filosofia marxista respondeu às carências do movimento organizativo do proletariado.

Ao trabalhar com a economia e a política, o filósofo alemão deslocou o eixo do pensamento filosófico, estabelecendo neste outra fase. A então

nova etapa do desenvolvimento da filosofia, evidentemente, não seria viável se as ciências não tivessem propiciado materiais mais ricos para a generalização filosófica. As descobertas efetuadas nas ciências naturais, em meados do século XIX, criaram um fundamento sólido para a interpretação dialético-materialista da natureza.

Poder-se-ia dizer que depois do marxismo a filosofia no seu sentido antigo da palavra, ou seja, como ciência oposta às outras, à atividade prática e à luta revolucionária, deixou de existir. A partir de Marx e Engels, os filósofos podem defender a ligação da filosofia à vida social (Kirilenko e Kórshunova, 1986: 208), podendo ainda mostrar as condições sociais do seu aparecimento e as suas funções sociais.

Embora a filosofia marxista também se proponha a explicar o que existe, visa, sobretudo, a distinguir as tendências principais do desenvolvimento e, deste modo, as perspectivas da transformação, buscadas, evidentemente, pelo viés político. Assim, a filosofia declara a sua determinação e a sua missão sociais. Portanto, desde então, pode-se dizer que mudou também o lugar da filosofia no sistema das ciências. Antes do marxismo, era comum entre os pensadores propagar que a ela cabe um papel especial, particular, no conhecimento do mundo, qualificando-a, quase poeticamente, como “ciência das ciências”, “mãe das ciências” (Kirilenko e Kórshunova, 1986: 208).

O que pretenderam mostrar os fundadores do marxismo é que a filosofia não pode olhar com desdém as realizações científicas e as investigações concretas, pois se apoia nelas, sintetiza seus dados e fatos e descobre, com base nestes, as leis mais gerais da natureza, da sociedade e do pensamento.

Pode-se dizer que, em geral, os filósofos pré-marxistas presumiam que as suas doutrinas proporcionavam um conhecimento absoluto e completo sobre o mundo. Por seu turno, Marx e Engels demonstraram que, em virtude da sua ligação orgânica e abertamente declarada à vida prática, à vida social e às ciências concretas – inclusive a economia –, a filosofia marxista preconiza o desenvolvimento contínuo e o enriquecimento dos seus postulados (Kirilenko e Kórshunova, 1986: 209). O marxismo tenciona ser um guia para a ação, ou seja, intervir e alterar a realidade. Assim, é uma doutrina filosófica cujo caráter inovador reside na sua ligação estreita à prática social. Por ser vitalmente vinculado à vida prática, o marxismo tenciona renovar-se à medida que o mundo avança e, por consequência, a história se faz.

Neste sentido, Marx declarou que a filosofia havia passado tempo demais apenas contemplando o mundo e que se tratava agora – a partir daquele momento – de conhecê-lo para transformá-lo, transformação esta que traria justiça, abundância e felicidade para todos. Daí a sua décima primeira tese, em que ele, simultaneamente, critica os filósofos cujas filosofias se limitam a teorizar e define a tarefa do filósofo como ação: “Os filósofos não fizeram outra coisa senão interpretar o mundo de diversas maneiras: o que importa é transformá-lo” (apud Marcondes e Franco, 2011: 18).

No entanto, não se quer aqui estabelecer uma supremacia do marxismo em relação a qualquer outra doutrina filosófica. Parte-se apenas do exemplo da filosofia criada por Marx e Engels para reafirmar de modo efetivo como é no pensamento que começa a transformação da humanidade. Pode-se afirmar, conseqüentemente, o quão equivocada é a imagem atribuída pelo senso comum à filosofia, ou seja, como uma área de conhecimento hermética, improdutiva e desimportante no mundo hodierno, e, por conseguinte, ao filósofo.

A tarefa da filosofia e o “lugar” do filósofo na sociedade atual

Se ainda for necessário continuar a provar a necessidade da filosofia na atualidade, poderemos argumentar que todos devem ser dignos de nossa civilização. E a filosofia não é apenas relevante em qualquer época, mas, também, fundamental e imprescindível à humanidade em sua procura constante de melhorar sua condição de vida com dignidade para todos.

Por conseguinte, tenciona-se também ajudar a desconstruir a imagem errônea que muitos têm dos filósofos, constantemente identificados pelo estereótipo que os apresenta como pouco contributivos à sociedade, segundo Rexroth (apud Marcondes e Franco, 2011: 24): “A filosofia hoje é um método complicado que serve para evitar todos os problemas importantes da vida”.

Embora alguns filósofos até recebam homenagens, sobretudo em seus próprios países de origem – em notas, moedas e selos postais, por exemplo –, o que atualmente se padroniza como prestígio, advindo da atuação profissional e que se espalha por todos os outros planos, constituindo-se no denominado *status* social, não costuma ser estendido aos pensadores. Até porque, como lembram Marcondes e Franco (2011: 25), os critérios não podem ser os mesmos usados para se classificar os ídolos de massa.

Entretanto, reconhecimento público, sucesso e poder não podem ser critérios de avaliação do filósofo e de sua filosofia. O tipo de reconhecimento que se dá ao filósofo não é equivalente, por exemplo, àquele de um ator de Hollywood, quando sai na capa de uma revista famosa e isso lhe traz fama e dinheiro, aliás, o binômio mais amado no mundo atual.

Marcondes e Franco (2011) explicam, também, os motivos de este reconhecimento apenas ser atribuído tardiamente aos pensadores ao longo da história da filosofia. Para tanto, eles recorrem a Nietzsche, cuja obra segue sendo estudada até hoje, mas que também sofreu do mesmo “mal”.

Difícilmente o pensamento filosófico produz resultados práticos imediatos para o próprio filósofo ou para a sociedade: seu objetivo não é a produção de determinados efeitos. Como disse Nietzsche, o filósofo se esforça para compreender o que seus contemporâneos se contentam em viver. A compreensão do filósofo é anterior à dos homens de seu próprio tempo, e este é um dos motivos por que a maioria dos filósofos só é reconhecida postumamente. A lista dos filósofos não reconhecidos em vida é, talvez, bem mais extensa que a dos bem-sucedidos (Marcondes e Franco, 2011: 26).

Então, qual é o “lugar” do filósofo na sociedade atual? Deve-se enfatizar que ele tem importância na vida que pulsa na sociedade em que se encontra. O filósofo é parte integrante da cultura, desenvolve seus pensamentos em meio aos espaços sociais, dentro da coletividade, e não a distância dela, encastelado em local privado, ou como a figura de um eremita em uma caverna. Sua tarefa se realiza dentro do contexto societário, pois é onde o filósofo produz seus conceitos e análises, sob a égide da tradição, tentando avançar em suas conceituações tanto para dentro quanto para fora da sociedade que integra, sem perder de vista o mundo como um todo, objetivo intrínseco de qualquer pensador.

A necessidade de o filósofo ao mesmo tempo vivenciar o cotidiano e tomar distância da vida prática para analisar o mundo, criando conceitos e raciocínios, isto é, produzindo pensamentos filosóficos, que possam explicar a vida e ajudar a melhorá-la, é corroborada por outros autores contempo-

râneos. Com base em pensadores oriundos de diversas tradições, como a ontologia e a filosofia política, Solomon (2011: 18) reitera que a função do filósofo deve incluir a concretude da vida prática em seu trabalho, procurando inserir-se mais na sociedade e indo além do abstracionismo intrínseco ao pensamento filosófico.

Mas a filosofia (...) não precisa ser abstrata. Há filosofia concreta vivendo nos detalhes, na dialética de carne e osso das ideias, algo além de ossos e tendões. (...) Vive de tornar extraordinário o que é comum e misterioso o que é ordinário: tempo, vida, mente, ser, como nós e o mundo “nos juntamos”.

Ao abordar o “papel” do filósofo, Dorfman (2008: 161) explica a dificuldade inerente ao trabalho filosófico. Para ele, por buscar estabelecer um distanciamento crítico do mundo prático, observando a vida a partir de uma perspectiva racional não-imersa na superficialidade das coisas, o filósofo tenta descrever a sua essência, o que resultaria em estar longe desta, como se a filosofia ficasse fora das coisas. Afirmando que a filosofia implica a coragem de tomar distância da vida para melhor compreendê-la, o autor esclarece: “Apenas coisas vivas – coisas nas quais se vive – podem realizar sua essência, mas o filósofo tem de dar um passo atrás, suspender a sua experiência vivida de modo a observar as coisas claramente, como são”.

Portanto, o filósofo tem mais uma função. Conquanto inserido na tradição de determinado lugar, ele tem de refletir sobre o mundo extrinsecamente ao espaço e ao tempo em que vive. Assim, o filósofo precisa tentar superar as barreiras espaço-temporais impostas por seu presente, pela atualidade em que inexoravelmente se encontra, para refletir racionalmente sobre a vida de maneira mais ampla, ou seja, voltar a filosofia sobre si mesma para reconhecer seu próprio lugar.

Michel Foucault (1984: s/p), a propósito, parte do texto de Kant acerca do Iluminismo⁴, para explicar como o filósofo alemão faz surgir pela primeira vez a questão do presente, da atualidade (O que acontece hoje? O que acontece agora?), como discussão relevante para a filosofia.

E o que é este “agora” no interior do qual estamos, uns e outros, e que define o momento em que escrevo? (...) Trata-se de encontrar nesta configuração designada como presente, um

motivo para uma decisão filosófica. (...) A questão centra-se sobre o que é este presente, centra-se sobre a determinação de um certo elemento do presente que se trata de reconhecer, de distinguir, de decifrar no meio de todos os outros. O que é que, no presente, faz sentido para uma reflexão filosófica.

O filósofo francês argumenta que na resposta kantiana a essa interrogação o pensador alemão busca mostrar de que forma esse elemento torna-se o portador e o signo de um processo que concerne ao pensamento, o conhecimento, a filosofia. Em sua explicação, recorre à analogia com a dramaturgia para definir o “papel” do filósofo em sua época, comparando-o ao de um ator que funciona também como diretor da cena em que atua.

(...) mas trata-se de mostrar em que e como aquele que fala enquanto pensador, enquanto cientista, enquanto filósofo, ele mesmo faz parte desse processo e (mais que isso) como ele tem um certo papel a desempenhar neste processo, no qual ele então se encontra, ao mesmo tempo, como elemento e ator (Foucault, 1984: s/p).

Assim, Foucault defende que o que surge – de forma inédita até então, conforme seu entendimento – no referido texto kantiano é a questão do presente como acontecimento filosófico ao qual pertence o filósofo que analisa a realidade em que vive.

Em resumo, parece-me que se viu aparecer no texto de Kant a questão do presente como acontecimento filosófico ao qual pertence o filósofo que fala. Se se considera que a filosofia como forma de prática discursiva que tem sua própria história, parece-me que com esse texto sobre a *Aufklärung*, vê-se a filosofia (...) problematizar sua própria atualidade discursiva: a atualidade que ela interroga como acontecimento, como um acontecimento do qual ela deve dizer o sentido, o valor, a singularidade filosófica e no qual ela tem de encontrar ao mesmo tempo sua própria razão de ser e o fundamento daquilo que ela diz (Foucault, 1984: s/p).

A partir do texto kantiano, o pensador francês alerta que o filósofo ao pensar o momento em que vive deve procurar evitar filiar-se a uma escola ou a uma tradição filosóficas, embora pertença a um “nós” que o amalgama à realidade em que ele próprio existe, ou seja, àquilo que se desenrola em meio ao recorte espaço-temporal de seu tempo, em que ele está inserido.

Deste modo, vê-se que, para o filósofo, colocar a questão de seu pertencimento a este presente não será de forma alguma a questão de sua filiação a uma doutrina ou a uma tradição; não será mais simplesmente a questão de seu pertencimento a uma comunidade humana em geral, mas o seu pertencimento a um certo “nós”, a um “nós” que se relacione com um conjunto cultural característico de sua própria atualidade (Foucault, 1984: s/p).

Então, a tarefa de problematizar e interrogar a atualidade em que vive, de acordo com Foucault, implica investigar o seu sentido, constituindo-se para o filósofo um trabalho mais amplo do que o de caracterizar o tempo em que vive, devendo também questionar e refletir sobre seu próprio discurso ao abordar a atualidade à qual ele pertence.

É este nós que está a caminho de tornar-se para o filósofo o objeto de sua própria reflexão; e por isso mesmo se afirma a impossibilidade de fazer a economia da interrogação para o filósofo acerca de seu pertencimento singular a esse nós. Tudo isso, a filosofia como problematização de uma atualidade e como interrogação para o filósofo dessa atualidade da qual faz parte e em relação à qual tem de se situar, poderia caracterizar a filosofia como discurso da modernidade sobre a modernidade (Foucault, 1984: s/p).

E o pensador francês acrescenta que o filósofo, ao trabalhar com sua atualidade, tem de fazer determinadas perguntas-chave a si mesmo, para tentar ir mais além do que apenas caracterizá-la. Portanto, conforme Foucault, é preciso nomeá-la, procurando ainda situá-la em relação a seu passado e a seu futuro, e também designar as operações necessárias no interior de seu próprio presente. Para isso, o autor ensina o caminho

interrogativo a ser empreendido: “Qual é esta minha atualidade? Qual é o sentido desta atualidade? E que faço quando falo desta atualidade? É nisso que consiste, parece-me, essa nova interrogação sobre a modernidade” (Foucault, 1984: s/p).

E se para a maioria dos seres humanos eventos que causam mudanças efetivas no mundo ocasionam desconforto, receio e até mesmo medo, os filósofos – por terem o que Dorfman (2008) denomina coragem, que, ressalta, é uma característica do pensador da filosofia –, enfrentam as modificações de todo tipo (históricas, sociais, políticas, econômicas, entre outras) mais placidamente, posto que trabalham criando conceitos e novas explicações racionais para compreender cada momento de transição. E, em alguns casos, contribuem com o melhoramento da realidade que vivenciam. O autor britânico destaca o que considera ser diferente entre as pessoas em geral e os pensadores em suas maneiras de encarar a vida.

Diferentemente de pessoas “normais” que se sentem ameaçadas por essas mudanças rápidas e tentam esquecê-las apegando-se aos bons e velhos conceitos, seguindo cegamente regras dadas de modo a conservar a realidade tal como a conhecem, o filósofo não está contente em imergir passivamente na realidade. Ele (ou ela) tenta apropriar-se da realidade escutando suas mudanças, encontrando novos conceitos que são mais adequados a ela (Dorfman, 2008: 163).

E uma das principais tarefas do filósofo é, como conceberam Deleuze e Guattari (1992), a fabricação de conceitos. Embora esta produção, se tomada de maneira geral, não seja exclusividade da filosofia, pois a atividade existe também nas ciências. E não é imprescindível que profissionais da filosofia produzam conceitualmente para filosofar. O exercício filosófico poderia ser feito por qualquer pessoa, principalmente a partir de conceitos de filosofia fabricados por pensadores profissionais, que, só por isto já teriam relevância na sociedade.

Comte-Sponville (2005: 14) explica que é possível filosofar apoiando-se em conceitos alheios e ainda assim avançar na compreensão do mundo da prática – sempre, evidentemente, visando a melhorá-lo.

(...) é possível filosofar sem criar conceitos (é o que fazem com frequência nossos estudantes, em suas dissertações, e a maioria dos filósofos, mesmo geniais na maior parte dos seus estudos), e porque é possível criar conceitos sem filosofar – é o que fazem nossos cientistas mais criativos, que raramente são filósofos, e nossos teóricos que nem sempre o são.

Para ilustrar seu discurso, o autor francês menciona cientistas geniais que criaram conceitos sem serem filósofos. Porém, enfatiza que eles levaram em consideração os possíveis efeitos de suas descobertas à luz da filosofia.

Seriam eles filósofos por essa razão? Eles mesmos se resguardavam disso, e, se ainda assim lhes ocorre filosofar, é na maioria das vezes sem criar para tal fim o mínimo conceito (limitam-se então a refletir, com conceitos criados por outros, sobre as consequências eventualmente filosóficas dos conceitos científicos que, ademais, criaram: veja-se, por exemplo, Einstein, sobre a natureza, ou Freud, sobre a religião) (Comte-Sponville, 2005: 14-15).

Assim, o trabalho desenvolvido pelos pensadores ao longo da história da civilização humana tem contribuído efetivamente com o avanço das ciências, porquanto a postura filosófica mostra ser um atributo dos grandes cientistas. Trata-se de mais um exemplo de como a filosofia interfere positivamente, de modo direto ou indireto, na vida social, ou seja, na realidade prática.

Cada época, suas condições sociais, econômicas, políticas, o progresso das ciências, da cultura e da própria filosofia exigem novas doutrinas e teorias filosóficas. Logo, a presença e o trabalho dos pensadores – com seus questionamentos, inquietações, discordâncias, inclusive em relação ao que de tão antigo e/ou comum parece certo, é imprescindível ao progresso da humanidade, que procura caminhos almejando uma vida feliz. E no princípio do terceiro milênio a necessidade que o ser humano tem de avançar rumo a uma existência melhor, mais justa e, se possível, virtuosa, só será possível de se realizar plenamente pelos caminhos do pensamento filosófico, que se faz mister num mundo ainda carente de princípios éticos

e humanitários em meio ao vale-tudo da sobrevivência dos mais de sete bilhões de pessoas que habitam o planeta.

A atualização da pergunta: que é a filosofia, hoje?

Ao lermos com a devida atenção a seguinte definição, eivada de diversidade, proposta por Blackburn (2008: 15), talvez fiquemos mais confusos ainda ao tentar entender efetivamente o que é a filosofia – sobretudo na atualidade.

Em resposta à questão “O que é filosofia?”, a própria filosofia sugere uma variedade de abordagens teóricas. Existem teorias baseadas em protótipos e semelhanças de família, segundo as quais qualquer coisa que se pareça suficientemente com alguma obra marcante, tais como *A República* de Platão ou *Meditações* de Descartes, conta como filosofia. Existem teorias essencialistas, que esperam assentar uma definição, uma circunstância, e aquilo que está fora não é. No extremo oposto, existe uma teoria institucionalista da reposta: filosofia é o que quer que seja produzido pelas pessoas que são pagas como filósofas nas faculdades de universidades. Uma resposta igualmente desanimadora é fornecida pela teoria do leitor: qualquer texto que seja lido como filosofia, desde Shakespeare até Darwin, conta como sendo filosofia – a filosofia está no olho daquele que a observa.

Aliás, ressalte-se que o título original do livro⁵ em que se encontra o trecho citado aqui parte da mesma pergunta que inquieta quem não é adepto dos estudos filosóficos. O próprio, porém, explica, em seguida, como a resposta compilada por ele, composta por quatro teorias bem distintas, não dá conta nem da natureza tampouco da função exercida pelo pensamento filosófico no mundo da vida.

A variedade das respostas reunidas pelo pensador britânico remete à questão posta, frequentemente, pelos leigos, já há mais de 2.500 anos, ou seja, desde o despertar do pensamento filosófico na Grécia Clássica: para que serve a filosofia? À qual poder-se-ia juntar: para que ela serve? Tem utilidade prática na vida atual, à luz dos primeiros tempos do terceiro milênio?

Decerto, as possíveis respostas a estas perguntas (talvez algo imperti-

mentes aos ouvidos de filósofos, estudiosos ou apenas amantes da filosofia) são múltiplas. Pensadores, professores da disciplina e até simples leitores diletantes de obras filosóficas podem recorrer a analogias com áreas de conhecimento ou atividades do dia a dia mais conhecidas, praticadas ou ao menos divulgadas para esclarecer – ou, ao menos, convidar o perguntador a compreender de que se trata quando se fala em filosofia.

Marilena Chaui (2010: 7) usou com destreza este expediente para dar uma explicação clara sobre a questão, numa coleção destinada à propagação do pensamento filosófico – por meio da comercialização de livros, logo, evidentemente, dentro dos padrões de divulgação e venda da indústria cultural (Adorno e Horkheimer, 1984). Na apresentação da série, a filósofa (juntamente com seu coautor) compara o exercício filosófico com o físico, tão cultuado hoje em dia.

Atualmente fala-se sempre que os exercícios físicos dão muito prazer. Quando o corpo está bem treinado ele não apenas se sente bem com os exercícios, mas tem necessidade de continuar a repeti-los sempre. Nossa experiência é a mesma com o pensamento: uma vez habituados a refletir, nossa mente tem prazer em exercitar-se e quer expandir sempre mais. E com a vantagem de que o pensamento não é apenas uma atividade mental, mas envolve também o corpo. É o ser humano inteiro que reflete e tem o prazer do pensamento.

Com o objetivo de englobar os tópicos mais importantes da reflexão filosófica, indicando ao iniciante nesta leitura a diversidade temática e doutrinária construída ao longo dos mais de 25 séculos da história do pensamento ocidental, Chaui (2010: 8) recomenda o uso da palavra no plural, por existirem vários modos de pensar por meio da disciplina filosófica. “E falamos de filosofia no plural, pois não há apenas uma forma de pensamento. Pelo contrário, há um caleidoscópio de cores filosóficas muito diferentes e intensas.”

A autora lembra que a indagação sobre a utilidade da filosofia soa, no mínimo, injusta, posto que não é dirigida a outras áreas de saber, apesar de algumas poderem ser bastante obscuras ao senso comum. Rememorando a história que narra que a citada pergunta vem sendo repetida desde os primórdios da filosofia na Grécia Clássica, tendo sido feita pela primeira

vez partir da lenda de que Tales de Mileto – considerado pelos historiadores da filosofia o pioneiro na produção do pensamento ocidental – teria tropeçado numa pedra e caído numa vala enquanto estudava as estrelas, Chaui (2010: 8) contextualiza a questão à época atual, em que se costuma medir a utilidade de tudo o que existe, e se ela não é percebida com nitidez, questiona-se sua necessidade.

É interessante observar que ninguém dirige esta pergunta às ciências, às artes e às técnicas. No entanto, em nossos dias, esta velha pergunta não é repetida sem motivo. Vivemos numa sociedade e numa cultura que julgam necessário justificar a existência de alguma coisa dizendo qual a sua utilidade prática, de modo que perguntar “para quê” significa: Que uso proveitoso ou vantajoso posso fazer disso? Por esta razão não se pergunta “para que Ciência?” ou “para que as artes e as técnicas?”, pois todos julgam saber qual a serventia delas.

Destarte, registra-se o esforço permanente de muitos pensadores para mostrar a utilidade da filosofia, reafirmando suas ideias e seus princípios lógicos fundamentados na racionalidade e aplicados no processo de construção do conhecimento, o que, com frequência, não é identificado como característica do pensamento filosófico, mas tão-somente atribuído à ciência.

(...) ideias como as da verdade, do pensamento racional, do conhecimento obtido por meio de métodos racionais, assim como a ideia de que há crescimento do saber graças ao acúmulo progressivo de conhecimentos, não são ideias científicas, mas, sim, filosóficas. Em outras palavras, os fundamentos teóricos das ciências não são científicos, mas filosóficos, e, sem a Filosofia, as ciências não seriam possíveis. Eis sua utilidade (Chaui, 2010: 10-11).

Este não é o único argumento existente para se corroborar a “utilidade” da filosofia. Para além dos pressupostos teóricos que ela empresta às ciências, isto é, os fundamentos do conhecimento verdadeiro, há outra resposta possível à mencionada pergunta. E esta baseia-se em uma das áreas mais relevantes da tradição filosófica: as doutrinas e os seus ensinamentos sobre ética e moral.

Por este viés, pode-se proceder a uma argumentação – apesar de, por seu cunho generalista e tom quase poético, ela não avançar tanto na tentativa de explicar e/ou justificar sua necessidade –, que responda à insistente indagação.

A Filosofia seria a arte do bem viver ou da vida correta e virtuosa. Estudando as paixões e os vícios humanos, a liberdade e a vontade, a capacidade da nossa razão para impor limites aos nossos desejos e paixões, ensinando-nos a viver de modo honesto e justo na companhia de outros seres humanos, a Filosofia teria como finalidade ensinar-nos a virtude, que é o princípio do bem viver (Chauí, 2010: 10-11).

Marcondes (1999) também aborda a referida indagação. No prefácio de um livro que pretende expandir o pensamento filosófico contemporâneo alhures do meio acadêmico – já que se trata de uma obra em que um periódico de imprensa francês coligiu artigos de filósofos atuais e em cujo título citam-se as grandes questões da filosofia –, possivelmente, visando a torná-la mais exotérica, lembrando a recorrência histórica com que se pergunta sobre a serventia desta área de saber, o autor assinala que isso vem quase naturalmente quando se toma o primeiro contato com o pensamento filosófico.

A pergunta sobre o que é a filosofia e para o que serve é inevitável sempre que nos defrontamos pela primeira vez com este pensamento que nos causa estranheza e fascínio. Na verdade, esta pergunta é tão antiga quanto o próprio surgimento da filosofia, mas claramente não possui uma resposta única. Se olhamos para os vinte e cinco séculos da tradição filosófica ocidental, vemos a filosofia definida de diferentes formas, algumas até conflitantes: a filosofia pode ser uma visão de mundo, uma forma de autoconhecimento, um método de questionamento, uma sistema de saberes (Marcondes, 2010: 9).

Ainda no mesmo texto, o pensador indica de maneira nítida a função contributiva do pensamento filosófico ao longo de toda a sua história e indica os motivos de sua permanência e de sua relevância atual. Ademais, ressalta a sua abrangência, que engloba qualquer tema implicado direta

ou indiretamente na vida humana, e vai mais além, pode (e deve, dir-se-ia aqui) ser aplicado a tudo o que existe no mundo.

A contribuição da filosofia tem sido, portanto, desde o seu nascimento na Grécia antiga, a interrogação, o questionamento, a pergunta. Para a filosofia, não há nada que não possa ser posto em questão. Deve ser possível discutir tudo. E é o caráter inconclusivo das respostas que nos convida a retomar as questões, a repensá-las, a procurar nossas próprias respostas, fatalmente também inconclusivas (Marcondes, 2010: 9).

E tal característica, a inconclusividade, intrínseca à filosofia desde o seu nascedouro, não é negativa para a expansão e, quiçá, a popularização do pensamento filosófico. Neste mesmo sentido, Blackburn (2008: 19) cita atividades artísticas em que não há a cobrança (nem a necessidade, acrescentar-se-ia) de que seus profissionais cheguem a resultados conclusivos, ou, pelo menos, muito duradouros – o que, provavelmente, inexistente em todas as áreas do conhecimento humano – para mostrar como nada é definitivo em todo e qualquer campo do conhecimento humano.

Pode não haver uma palavra final em filosofia, mas tampouco há uma palavra final em teatro ou literatura. (...) Tampouco é suficiente proclamar que a filosofia, mas não as peças de teatro e os romances, almeja à verdade. Pois quando estamos lidando com arte ou literatura, e não apenas com entretenimento, julgo que isso é falso. Uma obra séria de ficção almeja à verdade sobre o que importa.

Ainda sobre a questão da inconclusividade, poder-se-ia dizer que se deve valorizar o trabalho de pensadores anteriores apesar de seus ensinamentos e/ou teorias terem sido provados incompletos ou até falsos na busca da verdade. Como uma das aspirações maiores do ser, esta precisa de tudo o que foi cogitado anteriormente para progredir. Assim, não se pode desprezar nem mesmo caminhos do pensamento filosófico que se mostraram incongruentes ou equivocados.

É preciso lembrar que as investigações de filósofos anteriores auxiliam no trabalho dos que lhes sucedem, porquanto, ainda que se tenham

enganado em suas buscas, se encontraram algum fragmento da verdade, estes fragmentos, reunidos em uma unidade e um todo, são poderosa ajuda para se chegar a um conhecimento compreensivo da verdade. Portanto, até os erros dos antigos ajudam os pósteros a esclarecer a verdade por uma reflexão mais séria. Justo é, então, que sejam reconhecidos como importantes no esforço por alcançar o bem da verdade.

Outros pensadores contemporâneos robustecem a importância de se ler textos de filósofos de outras épocas, mesmo que suas teorias tenham se mostrado equivocadas no curso da história. Pois, como recorda Comte-Sponville (2005: 18), durante séculos era comum a pretensão de muitos pensadores de tentar demonstrar seus argumentos, prática abandonada na contemporaneidade – conforme o autor francês. E ainda que muitos filósofos tenham falhado, seus ensinamentos podem servir de base a outros avanços e teorizações no pensamento filosófico.

O estranho é que a filosofia não resulta daí sequer apequenada, como tampouco nossa admiração pelo gênio sem-par de um Descartes, de um Espinosa ou de um Leibniz. Disso eu concluo que, na filosofia, o que nós amamos não é a certeza nem, aliás, a dúvida, mas o próprio pensamento.

Comte-Spoville (2002: 11) ratifica a relevância de se começar o caminho do exercício filosófico por autores clássicos. Ressalvando que é partindo de filósofos anteriores que cada indivíduo constrói o seu pensamento – obviamente, envidando também esforços por si mesmo.

Filosofar é pensar por conta própria; mas só se consegue fazer isso de um modo válido apoiando-se primeiro no pensamento dos outros, em especial dos grandes filósofos do passado. A filosofia não é apenas uma aventura; também é um trabalho, que requer esforços, leituras, ferramentas.

Os filósofos precedentes sempre servem de ponto de partida para quem quer adentrar o fazer filosófico. Ainda que algumas de suas ideias se tenham mostrado equivocadas ao longo do tempo – posto que influenciadas pelos contextos sociais e culturais em que foram formuladas –, mantêm sua serventia como base para que o indivíduo que vive na hodiernidade possa

partir delas para elaborar suas próprias opiniões, chegando a conclusões racionais sobre temas que interessam à humanidade neste momento. Os filósofos anteriores a esta época são interessantes e estimulantes, provocam o ser vivente a pensar, mesmo que para discordar, à luz do tempo atual, do que eles defenderam em suas delimitações espaço-temporais. E, dentro dos limites de cada um, todos podem *praticar* filosofia.

Caminhos possíveis para a prática da filosofia

A amplitude da filosofia é um dos porquês da sua perenidade. Seus questionamentos, ensinamentos, doutrinas, métodos, procedimentos, tudo que se encontra no pensamento filosófico pode ser utilizado em qualquer campo de conhecimento e em toda a experiência humana. Tal característica se hiperdimensiona no tempo presente à medida em que a velocidade da comunicação expandida pelos mais variados meios tecnológicos – sobretudo a internet – propicia o debate sobre qualquer assunto entre indivíduos que nem sequer se conhecem ou se veem no momento em que participam de uma conversação que objetive avançar cognitiva e intelectualmente.

Assim, todo tipo de discussão que se pretenda organizada, ou seja, minimamente baseada em argumentos e raciocínios lógicos, tem (e sempre terá) teor ou, ao menos, inspiração filosóficos. Logo, poder-se-ia dizer, fazemos filosofia cotidianamente.

Qual é o prazer da filosofia? Eu também costumava dizer que é a comoção de ver como todos os tipos de ideia se juntam. Hoje, porém, eu diria que, em vez disso, é a comoção de ver os olhos dos outros se acenderem quando começam a perceber como todos os tipos de ideia se juntam, a seu próprio modo (Solomon, 2011: 19).

O que faltaria, então, para refletirmos filosoficamente de maneira mais consciente? Para Blackburn (2008: 17), o incentivo a esta prática vem da atualização dos problemas postos em debate no dia a dia das pessoas, talvez providas de maior consciência no novo milênio. Questões referentes a cotas em universidades ou concursos públicos, clonagem, eutanásia, consumo racional, sustentabilidade, liberação de patentes de medicamentos, entre

outros tantos exemplos de temas tão caros à contemporaneidade, somente poderão ser plenamente debatidas à luz de teorias filosóficas – sobretudo de cunho ético-moral. Mesmo assim, isto poderá passar despercebido para muitos dos participantes das mais variadas discussões da atualidade, em que cada lado tenciona defender, argumentativa e logicamente, seus pontos de vista.

A dificuldade da filosofia na época atual é que a reflexão precisa de um estímulo, ou talvez uma irritação. O problema medieval sobre como reconciliar a crença cristã com o entendimento aristotélico não mais nos empolga. Mas a crise epistemológica que aconteceu quando a ciência moderna confrontou a autenticidade religiosa tradicional forneceu justamente um estímulo desse tipo para as grandes filosofias dos séculos XVIII e XIX. O estímulo gerado pela inconsistência da teoria dos conjuntos provocou a grande onda de metamatemática do início do século XX. Talvez o equivalente mais próximo disso na época atual – porém visível apenas para alguns poucos filósofos muito especializados – possa ser o colapso do paradigma da escolha racional em economia, à medida que essa ciência depauperada se vê às voltas com as complexidades reais da motivação humana.

O objetivo de desmitificar a filosofia e divulgá-la em seu estágio atual, visando, se possível, à sua popularização, tem movido pensadores de diversos matizes e origens. Sua tarefa talvez seja hercúlea, dada a imagem que ainda perdura entre o grande público, relativa ao trabalho filosófico e a seus trabalhadores.

Pensadores contemporâneos como Nagel dedicam boa parte de seu tempo a produzir textos que mostrem ao leitor comum que ninguém vive sem filosofar – apesar de muitos (quicá, a maioria) não o saberem. Sem muitas pretensões, o autor britânico afirma que desde a adolescência já começamos a praticar o exercício filosófico, a partir de problemas do cotidiano, que envolvem questões referentes à moral, à ética, à justiça, à finitude do ser humano, ao sentido da vida, entre outros tantos temas inseridos direta ou indiretamente em nosso dia a dia. Desta forma o pensador ratifica que a prática filosófica surge da vida que levamos e que não é preciso ser conhecedor de grandes teorias e nem mesmo

iniciado para exercitar o pensamento, isto é, para dedicar-se ao filosofar, uma vez que sua “matéria” advém do mundo em que vivemos e do modo como se estabelecem nossas relações com os outros seres que habitam nele.

(...) a matéria-prima filosófica nos é oferecida diretamente pelo mundo e por nossa relação com ele (...). É por isso que esses temas surgem por isso repetidas vezes na cabeça de pessoas que nunca leram nada a respeito deles. (...) O cerne da filosofia reside em certas indagações que a reflexiva mente humana considera naturalmente intrigantes e a melhor forma de iniciar o estudo da filosofia é pensar sobre elas diretamente (Nagel, 2007: 2).

E comumente se alguém tenciona estabelecer uma discussão racional, independentemente da variedade temática nela implicada, recorre ao pensamento filosófico. À luz de teorias e conceitos originários da filosofia, todo tema pode ser mais bem debatido, como indica Comte-Sponville (2005: 33): “Qualquer objeto (...) pode ocasionar uma prática teórica desse tipo. (...) Apesar dessa mixórdia, vê-se que na maioria das vezes trata-se do ser humano ou daquilo que o rodeia. Nada há de espantoso nisso, pois quem filosofa é o ser humano”.

Nagel (2007: 2) reafirma a reflexão como base da filosofia. Todos nós filosofamos, por exemplo, em uma conversa sobre uma notícia divulgada por um veículo de comunicação de massa, independentemente de o assunto ter determinância direta ou efetiva em nossas vidas. Outros exemplos são: um caso de corrupção no exterior ou uma disputa por território entre dois povos, ou ainda um médico que, supostamente, objetivando, aliviar o sofrimento de um doente em estado terminal resolve aplicar medicamentos que interrompam sua vida. Frequentemente, discutimos sobre os mais variados temas mesmo que aconteçam (ou já tenham ocorrido) muito longe do espaço (ou do tempo) que ocupamos neste planeta, ou seja, prescindimos do conhecimento empírico e da observação direta de cada caso para emitirmos opiniões e tentar defendê-las de maneira racional, pretendendo ser justos, apesar da distância espacial e/ou temporal.

A filosofia é diferente da ciência e da matemática. Ao contrário da ciência, ela não se apóia em experimentos ou na observação, mas apenas na reflexão. E, ao contrário da matemática, não

dispõe de nenhum método formal de investigação. Ela se faz pelas simples indagação e arguição, ensaiando ideias e imaginando possíveis argumentações contra elas, perguntando-nos até que ponto nossos conceitos de fato funcionam.

Além disso, costumamos questionar as visões divergentes das nossas, tentando demonstrar que nossos argumentos são mais bem construídos, embora constantemente, possamos evoluir – e/ou até mudar de ideia – em meio ao contencioso. E isto é uma postura filosófica, possível a qualquer indivíduo, ainda que ele não a perceba. Assim, notamos que a filosofia se ocupa prioritariamente de ideias comuns que usamos diariamente. Até mesmo as noções mais simples que carregamos na mente podem ser investigadas com um olhar filosófico, ou seja, a filosofia aprofunda nossa compreensão de mundo ao nos fazer questionar e refletir sobre todas as coisas que, repertoriadas significativamente, parecem naturais, consolidadas e/ou indubitáveis. A filosofia é, então, caixa de ferramentas para se explicar melhor a realidade, apesar de inconclusiva – como quase todas as pesquisas científicas, cujo processo de avanço implica a superação de um estudo pelo outro, sem se desprezar o anterior, que, geralmente, funciona como base para os seguintes.

Não iríamos muito longe se não tivéssemos como certas as ideias de tempo, número, conhecimento, linguagem, certo e errado a maior parte do tempo; mas na filosofia investigamos essas coisas em si. O objetivo é aprofundar um pouco mais nossa compreensão do mundo e de nós mesmos. Obviamente, não é uma tarefa fácil. Quanto mais básicas as ideias que tentamos investigar, menos são os instrumentos de que dispomos para nos ajudar. Não há muita coisa que possamos dar como certa ou garantida. Assim, a filosofia é uma atividade um tanto vertiginosa, e poucos de seus resultados permanecem incontestáveis por muito tempo (Nagel, 2007: 2).

É preciso registrar, portanto, que as reflexões dos filósofos são frutos de suas próprias visões, opiniões pessoais sobre problemas já solucionados ou que nunca o serão. Daí depreende-se que o caminho mais adequado – e, provavelmente, o mais prudente – para o desenvolvimento do pensa-

mento filosófico em cada indivíduo é tentar abordar, diretamente e por si mesmo, as questões antes de aprender muitas teorias filosóficas sobre os problemas que elas buscam resolver, examinando as soluções possíveis, e até equívocos cometidos por filósofos, mesmo que eles estejam entre os mais renomados.

Nota-se que um dado grau de irreverência também pode ser útil (e importante) a quem estuda, ensina e/ou produz filosofia. E deve-se assinalar que isso vem sendo realizado por inúmeros pensadores ao longo da história da filosofia. Todos criam suas doutrinas a partir do que existia anteriormente e/ou do que lhes é contemporâneo, tentando avançar no conhecimento do mundo em geral e do ser humano em particular, ritual cumprido independentemente da questão analisada. “Antes de aprender muitas teorias filosóficas, é melhor enredar-se nas questões a que essas teorias buscam responder. E a melhor forma de fazê-lo é examinar algumas soluções possíveis e ver o que há de errado com elas” (Nagel, 2007: 2).

Percebe-se, a partir de autores contemporâneos citados aqui, uma dada preocupação de se repensar a imagem da filosofia. Propagá-la para além dos ambientes acadêmicos, considerando que a prática filosófica se realiza majoritariamente fora do âmbito universitário, é uma boa estratégia para se compreender o seu caráter exotérico, posto que, como já lembrado neste artigo, o exercício filosófico pode ser realizado em qualquer lugar e por qualquer pessoa. Para quem trabalha com filosofia, é necessário ter em mente ainda que a imagem errônea que ainda predomina não condiz com o momento que vivem o pensamento e a produção filosóficos.

A relação com as ciências

Determinadas ideias filosóficas não se tornam datadas. Elas ainda podem ter validade, mesmo quando filósofos e cientistas subsequentes provaram que suas conclusões estavam equivocadas. Algumas, rejeitadas durante séculos, provaram ser surpreendentemente prescientes, como as teorias dos antigos atomistas gregos, por exemplo. Ideias seminais mostram que frequentemente a relação entre ciência e filosofia é de intercâmbio de ideias.

A biologia nunca dirá a um biólogo como se deve viver, nem se se deve, nem mesmo se se deve fazer biologia. As ciências humanas nunca dirão o que a humanidade vale, nem o que

elas mesmas valem. Por isso, é necessário filosofar: porque é necessário refletir sobre o que sabemos, sobre o que vivemos, sobre o que queremos, e porque nenhum saber basta para empreender essa reflexão nem nos dispensa dela (Comte-Sponville, 2007: 13).

Fazendo uma analogia com as ciências a partir do conceito de bricolagem (e, por conseguinte, também com a figura do seu realizador, o *bricoleur*, uma espécie de faz-tudo, que inventa suas próprias ferramentas de trabalho), originário do estruturalismo, Brandon (2008: 129) afirma que uma nova e mais real configuração da filosofia deve ser construída segundo o seu atual estágio. “O contexto para essas reflexões sobre a utilidade da filosofia é sua prática atual, não a imagem distorcida que ela apresenta a seus consumidores.”

Este pensador usa até uma porcentagem (90%) para tentar quantificar o que é produzido em filosofia longe das revistas acadêmicas e dos encontros entre especialistas. Ele adverte que o rigor com que os filósofos tratam sua própria área de trabalho – por conhecerem o conceito de falibilidade epistemológica – e também um possível e minucioso excesso de atenção a supostos e pequenos equívocos teóricos seriam os fatores que contribuiriam para a distorção da imagem geral da filosofia, ainda hoje vista injustamente como se fosse algo estéril e distante da vida prática.

Embora seja lugar-comum em epistemologia reconhecer-se a falibilidade de nossos conhecimentos e ver a filosofia não estando estritamente isolada de outras disciplinas pela natureza de seus métodos ou pelo estatuto peculiar de seu assunto, penso que a maneira como a filosofia é usualmente praticada – em revistas de prestígio e seminários de pós-graduação – sugere que não assumimos completamente essas concepções. Há uma preocupação fastidiosa com imprecisões menores; a demolição de um detalhe em uma concepção é considerada como decisiva. Requer-se do apoio a uma tese filosófica que seja dedutivamente cogente de um modo que ninguém exigiria da teoria da evolução ou da cosmologia inflacionária (...) (Brandon, 2007: 130).

A questão da natureza da filosofia – e, por conseguinte, como ela difere de outros campos de pesquisa – tem sido desenvolvida por um sem-número de pensadores contemporâneos, integrantes das mais variadas correntes filosóficas. Ao abordar a relação da filosofia com as ciências, o filósofo da linguagem Searle (2000: 145-6) explica como ambas têm muito mais semelhanças do que diferenças, sobretudo por seu caráter fundamental, a universalidade.

Filosofia e ciência não se referem a assuntos distintos da maneira que “história econômica”, “química” e “filologia do romance” se referem a assuntos distintos porque, ao menos em princípio, tanto a filosofia como a ciência são assuntos universais. Ambas visam ao conhecimento e à compreensão. Quando o conhecimento se torna sistemático, e especialmente quando o conhecimento sistemático se torna seguro ao ponto de estarmos confiantes de que é conhecimento, por oposição a uma mera opinião, ficamos mais inclinados a chamá-lo de “ciência” e menos de “filosofia”. Grande parte da filosofia se preocupa com questões às quais não sabemos responder da maneira sistemática característica da ciência, e muitos resultados da filosofia são esforços para rever questões a ponto de torná-las questões científicas.

O autor aclara outro motivo pelo qual o senso comum insiste em ver a filosofia como uma área em que pouco se teria avançado, principalmente na contemporaneidade. E explica uma dicotomia aplicada comumente quando se faz uma espécie de “passagem” do pensamento filosófico para o científico, o qual mereceria mais confiança por denotar um tipo de “progresso”.

Essas relações entre filosofia e ciência explicam por que a ciência está sempre certa e a filosofia sempre errada, e porque nunca há progresso em filosofia. A partir do momento em que estamos confiantes de realmente possuir conhecimento e compreensão em alguma área, paramos de chamar isso de “filosofia” e começamos a chamar de “ciência” e, tão logo fazemos algum progresso definitivo, pensamos ter o direito de chamar isso de “progresso científico” (Searle, 2000: 147).

Entretanto, não se deve entender essa relação como se fosse uma comparação direta, pelo fato de a ciência implicar o problema do processo de mudança dos paradigmas, incluso o conceito de falseabilidade – exemplificado por Brandon (2008: 132) com a teoria do flogisto –, sem equivalente exato na formação do pensamento filosófico. Conforme este autor, esta é uma vantagem da filosofia sobre os outros ramos do saber. O que pareceu interessante em filosofia por ventura pode continuar a sê-lo. E o pensador acresce: a filosofia pode ser útil para dirimir problemas em várias áreas, funcionando como remédio, ou mais, como autodefesa lógica.

Se concedemos (...) que a filosofia pode fornecer um insight sobre algumas questões de sua propriedade, mas também sobre algumas das que pertencem a outras áreas, que pode ajudar e esclarecer confusões e fornecer ferramentas para a “autodefesa lógica”, como um manual de pensamento crítico diz, então deveríamos notar que os desconfortos intelectuais que a filosofia pode aliviar com frequência podem ser atacados com vários remédios. Eles não requerem a história final e completa, mas meramente algo que permitirá que se veja o que está ou pode estar indo mal.

Poder-se-ia, assim, dizer que a filosofia esclarece as relações do homem com o mundo circundante e ajuda a solucionar as questões vitais. Indo além da sabedoria cotidiana, como forma de conhecimento científico, dá provas e interpretações rigorosas de seus postulados e proposições. Logo, os seus princípios e conceitos fundamentais são o resultado da ponderação e da generalização de muitos fatos dos mais diversos domínios da vida e da atividade humana. E, por isso, a filosofia se mostra inseparável das ciências.

A filosofia é para todos (?)

Ainda acerca da questão da “utilidade” da filosofia, já abordada neste texto, deve-se frisar que os critérios majoritariamente aplicados pelo senso comum para definir se algo é útil na sociedade atual costumam restringir-se a uma possível finalidade prática, preferencialmente de utilidade imediata. Chauí (1998: 18) afirma que avaliar a filosofia sob o prisma da cultura hodierna de valorização excessiva de coisas como prestígio, poder, fama

e dinheiro, ou seja, um *status* societário que orienta a vida de bilhões de pessoas, resultará em se vê-la como dispensável. Porém, a pensadora visa a provar a “utilidade” desta área de conhecimento a partir de sua abrangência temática.

Se abandonar a ingenuidade e os preconceitos do senso comum for útil; se não se deixar guiar pela submissão às ideias dominantes e aos poderes estabelecidos for útil; se buscar compreender a significação do mundo, da cultura, da história for útil; se conhecer o sentido das criações humanas nas artes, na ciência e na política for útil; se dar a cada um de nós e à nossa sociedade os meios para serem conscientes de si e de suas ações numa prática que deseje a liberdade e a felicidade para todos for útil, então podemos dizer que a filosofia é o mais útil de todos os saberes de que os seres humano são capazes (...)

Logo, muita gente que se considera longe da filosofia, possivelmente, reveria sua posição ao tomar contato com explicações simples e objetivas sobre o fazer filosófico, como a seguinte, feita por Dorfman (1998: 161):

Será que a filosofia é apenas uma questão para filósofos e não para pessoas que estão contentes em viver suas vidas? É hora de revelar que a estrutura “como” não caracteriza apenas a filosofia, mas também a Razão, o Logos, o Discurso. Caracteriza a condição humana. Nós, seres humanos, e não apenas os filósofos, falamos sobre as coisas de tal modo que possamos vê-las a partir de uma certa perspectiva, de um ponto de vista racional, mas isso significa que em certo sentido não estamos mais entre as coisas. As coisas estão faltando, pois de outro modo não falaríamos sobre elas. Apenas as viveríamos sem mencioná-las. Cada discurso expressa uma falta, um destacar-se da vida presente, um movimento em direção ao futuro ou ao passado.

Brandon (2008: 133) defende uma aplicação mais ampla da filosofia, explicando como podem ser úteis conhecimentos gestados ao longo da história do pensamento filosófico em outras áreas da vida humana na atualidade. E acrescenta que até mesmo noções superadas, incompletas

ou refutadas, assim como na ciência, podem ter serventia no processo de esclarecimento de qualquer indivíduo.

Pode-se conceder de imediato que há um papel possível para as noções filosóficas, independentemente de serem ainda vistas como frutíferas dentro da filosofia, na contribuição que fazem à discussão em outras áreas. Qualquer um está livre para usar as noções de outra pessoa, e poderá descobrir que funcionam. Mas talvez isso não esteja bem certo. Uma dificuldade para o meu projeto atual é a natureza multiforme do alvo filosófico: uma distinção, uma tese, um conceito, uma perspectiva...? Tenho de concordar que uma maior clareza requereria uma investigação caso a caso mais detalhada, mas por ora permitam-me aventar a opinião de que o esclarecimento filosófico dos problemas de outra pessoa ainda será filosófico...

O autor faz ainda uma crítica aos limites comumente estabelecidos para a prática da filosofia, que habitualmente restringem-se à universidade. E acrescenta que este encastelamento do pensamento filosófico – que é estudado, ensinado e debatido quase que apenas nos ambientes universitários – colabora para que continue a distorção no senso comum.

A crescente profissionalização da filosofia reduziu o papel que ela poderia desempenhar informando a perspectiva geral das outras pessoas sobre as coisas. (...) Nós permanecemos fixos no estabelecimento de necessidades ou impossibilidades, quando o esclarecimento pode apenas precisar de algo que lembre como as coisas realmente são (Brandon, 2008: 133).

E mesmo dentro do ambiente acadêmico, com frequência, textos são produzidos para serem lidos por poucos. A partir de caso de plágio de tese de doutorado, ocorrido em 2012, na Alemanha, praticado por um político famoso, Sloterdijk (2012, s/p) critica o fato de que muitos escritos filosóficos são feitos visando tão somente ao cumprimento de tarefas de curso ou de ritos exigidos para a ascensão na carreira universitária.

Visto do exterior, o mundo universitário tem o efeito de um biótopo especializado na produção de “textos” a cada vez mais bizarros e totalmente afastados do popular. (...) Tantos vegetais textuais que desabrocham exclusivamente dentro do microclima da Academia – comparável às plantas rasteiras dos altos Alpes que sobrevivem às altitudes onde as árvores não brotam mais – e que, em regra geral, não aguentam uma transplantação nas planícies lisas e desimpedidas da vida editorial.⁶

Além do problema levantado pelo pensador germânico, a circunscrição da produção filosófica à universidade, o que contribui para a visão deformada do trabalho filosófico pelo público em geral, outros autores contemporâneos indicam possíveis motivos para as distorções sobre o que constitui esta área. Brandon (2008: 134) atribui parte da formação da imagem equivocada à própria autoimagem que este campo de saber constrói sobre si mesmo. Ele aponta, por exemplo, a exigência feita por muitos profissionais da filosofia, somente considerando relevante a produção de altíssimo nível – senão, nem mereceria ser assim denominada.

Enquanto as ciências têm grupos de pessoas que usam mas não avançam suas teorias, a filosofia vê a si mesma puramente como o trabalho de ponta, mesmo que como um fato sociológico haja (em termos comparativos) uma grande porção submersa de atividade escondida.

Ainda nos anos 1990 do século passado, Solomon (2011: 11) já denunciava os supostos excessos de seriedade e especificidade como fatores negativos à prática e à difusão da filosofia. Dissertando acerca da necessidade de se buscar filosofar com prazer, o autor estadunidense condena o que classifica de mau-humor de filósofos profissionais, o que contribuiria para fechar o ciclo do pensamento filosófico às pessoas comuns, isto é, não-iniciadas formalmente no estudo desta área de conhecimento.

A filosofia ficou “séria” demais, virou “profissão”, com seus conhecedores e “especialistas”; em função de suas exigências técnicas, de seus problemas e de seus quebra-cabeças específicos mas ainda assim refratários, seu sectarismo e de suas hierarquias

acadêmicas, não é mais para o homem comum, se é que um dia já foi. (...) O que se costumava chamar de “especulação”, sem falar de “visão”, saiu de moda. O antigo ideal da filosofia abrangente, opulenta, espessa e onívora foi sacrificado à nova filosofia do seco e do mal-humorado, seja na forma de argumentos lineares, seja na forma de cinismo pós-moderno.

Regressando à analogia com as ciências, Brandon (2008: 136) propõe a quem trabalha com o pensamento filosófico um projeto que estabeleça postura mais indulgente com a própria área de atuação. Com a física e a engenharia como exemplos, áreas em que se admite que alguém aplique teorias já abandonadas por ter sido provado que elas eram falsas no caminho até a pesquisa de ponta, o autor defende que este expediente seria benéfico rumo à popularização da filosofia, o que, por sua vez, poderia levar a um ainda maior desenvolvimento conceitual, o que talvez possa ser visto (ou até classificado) como “alta filosofia”. Ele recorre ainda a uma ideia que nomeia *insight* – que pode ser entendido como “estalo” ou “intuição”, despertado no indivíduo pelo exercício filosófico, que culminaria em juízo – para que a filosofia repense o lugar que ocupa na atualidade.

Sugiro que concedamos uma indulgência semelhante às teses ou distinções filosóficas que podem servir para iluminar problemas intelectuais, mesmo quando sabemos que elas podem não ser a verdade toda e nada senão a verdade. Sugiro que nos perguntemos que atitudes são apropriadas uma vez que reconhecemos a falibilidade de nossos resultados filosóficos, e que reconsideremos o lugar do *insight* filosófico em uma educação liberal defensável, se nossas fontes pagadoras permitirem que esse evidente anacronismo sobreviva.

Neste mesmo sentido, outros pensadores atuais, que também consideram a questão do *insight* como sendo fundamental nas etapas do processo filosófico, tentam provar como tal ideia pode ajudar o pensamento filosófico a repensar seu lugar neste momento histórico. Baggini (2008: 137) reafirma que o *insight* é o primeiro passo para a formação do juízo, entendido como faculdade cognitiva requerida para alcançar conclusões ou formar teorias, cuja verdade ou falsidade não pode ser determinada por um apelo apenas a fatos e/ou à lógica.

(...) a maioria dos filósofos concordaria que a filosofia realmente boa requer algo mais, algo que poderíamos chamar de insight ou juízo. O problema é que, embora esse fato seja reconhecido, pouco se diz a esse respeito, e suas consequências para como percebemos o projeto da filosofia com muita frequência não são extraídas. Não se trata de algum “fator X” adicional que, aliado à boa lógica, produz boa filosofia; o juízo ou o insight é uma parte inerente do processo filosófico.

E a filosofia tem de envolver os problemas reais da humanidade, que fornecem o ímpeto e a motivação para a própria filosofia. O convite à filosofia é de responsabilidade permanente de seus profissionais, os quais devem tentar fazer entender o não-iniciado o quanto a filosofia é intrínseca ao modo humano de ser. É uma de suas tarefas. Então, a filosofia não seria exclusividade de especialistas e profissionais, conforme exorta Solomon (2011: 28).

Somos todos filósofos e temos de democratizar a filosofia (...). Filosofia é tão somente pensar sobre temas como paixão, justiça, tragédia, morte, identidade e, naturalmente, a própria filosofia, que de modo algum é domínio ou privilégio de um pequeno grupo de profissionais formados na universidade.

Ele critica a restrição aos domínios especializados salientando a importância da filosofia para as questões universais, cuja essência ultrapassa fronteiras, compreendidas como “condições filosóficas preexistentes” – ou simplesmente “a condição humana” – que temos de pensar e sentir.

Não surpreende que essas questões incluam a natureza da boa vida, o lugar e os fundamentos de nossas paixões mais fortes, nosso lugar entre os outros, questões de justiça, explicações da tragédia, a finalidade aparente da morte, nossa própria identidade e a razão e o propósito do pensamento, da reflexão, da consciência, da filosofia... (Solomon, 2011: 28).

E o autor complementa sua abordagem fazendo uma analogia entre vida e filosofia.

O que é “profundo” na filosofia parece mais uma varredura ampla, uma questão de ver, não de cavar. Filosofia não é argumentação, mas discernimento, contemplação, visão. Se a filosofia é densa e rica, é porque assim também é a vida. E a filosofia diz respeito à vida. Pode até ser essencial à vida (para a vida examinada, ao menos), mas a filosofia não é vida, da qual, aliás, só toma empréstimos. E filosofia também não é o esqueleto em volta do qual a vida toma corpo, como se a filosofia fosse a base, e tudo o mais, mera carne. A filosofia não pode viver como raciocínio unidimensional, mas mesmo quando mais plena ainda será, com toda a certeza, parca, mesmo que não lógica. Com ou sem filosofia, o verde da grama é luxuriante (Solomon, 2011: 26).

Considerações finais

Há uma multiplicidade de respostas à insistente pergunta “O que é a filosofia (ou o filosofar)?”, que embute mais do que ignorância. Porém, é preciso admitir que: se muita gente não sabe bem do que trata a filosofia; se quem conhece o que é que esta área de saber faz e quais são seus objetos não se preocupa em torná-la mais popular; se algumas definições mais confundem, sobretudo por sua erudição, do que esclarecem o que é o pensamento filosófico e quais os caminhos para o indivíduo comum começar a filosofar; se os profissionais da filosofia veem com desdém as tentativas de pessoas de fora do âmbito acadêmico totalmente especializado adentrarem este ambiente, desprezando até possíveis contribuições significativas à maior propagação da filosofia, a tendência é que a filosofia permaneça tendo de explicar os porquês de sua existência, assim como reafirmar sua importância efetiva para a vida humana.

E já na segunda década do terceiro milênio milhões de pessoas ainda se mostram insatisfeitas com suas vidas, mesmo depois de alcançarem aquilo que a princípio parecia ser o mais importante, como uma sólida e prestigiada carreira profissional e as conquistas materiais – inclusive quando estas são as mais caras e valorizadas da sociedade de consumo –, e buscam uma compreensão maior e melhor do mundo e de todas as questões humanas.

Então, existe um espaço muito propenso à expansão da filosofia, até mesmo entre pessoas que, aparentemente, não precisariam buscar grandes

avanços intelectuais, tampouco ampliar sua compreensão do mundo, para melhorar sua vida sob os parâmetros de bem-estar e sucesso comumente aceitos na atualidade. Porém, isso ocorre com mais frequência do que se possa supor, haja vista, o relato com que Solomon (2011: 9) ilustra um texto seu dedicado à descoberta do prazer da filosofia.

Percebeu que tinha uma vida cheia, mas e daí? “Oca e superficial”, disse com seus botões. Então descobriu o prazer da filosofia. Não era uma pretensão intelectual, muito menos um curso necessário. Como uma criança, demonstrou entusiasmo quase ilimitado pelo brinquedo novo. Pôs as mãos em alguns livros (que a maioria dos acadêmicos desdenharia como leitura “popular” ou “secundária”), algumas fitas de conferência para ouvir em seu Porsche, alguns nomes para deixar escapar aqui e ali e várias ideias. O que de fato obteve, porém, foi um amor para toda a vida, uma sensação interminável de deslumbramento e fascínio.

Com este caso quase prosaico, o pensador estadunidense reafirma como é possível a qualquer indivíduo inserir, com naturalidade, a filosofia em seu cotidiano. E mais, tendo uma relação prazerosa com o conhecimento filosófico, em contraponto à sisudez de “especialistas”, os quais, constantemente, menoscabam textos de filosofia que têm também o objetivo de gerar satisfação intelectual em quem os lê. Assim, “os donos do conhecimento filosófico” manteriam o seu círculo aberto apenas aos seus “profissionais”, ou seja, um hábito exclusivista – mais parecendo ter intento corporativista –, que contrariaria as tradições socráticas, prezadas por quem pratica o filosofar.

Destarte, autores que tentam cativar o leitor não especializado, explicando didaticamente o que é a filosofia e convidando o receptor da mensagem oriunda do pensamento filosófico a adentrar mais e mais no universo do conhecimento são fundamentais.

Um dos principais filósofos atuais que trabalham também com este objetivo, Comte-Sponville (2005: 24) define a filosofia – apesar de reconhecer a aridez da tarefa, que sempre aparenta estar incompleta – pelo que ela tem de intrinsecamente mais importante: a ampliação da sabedoria de quem se dedica a estudá-la.

Filosofar é pensar de preferência a conhecer, questionar de preferência a explicar. A filosofia não é um saber a mais; é uma reflexão sobre os saberes disponíveis (e, portanto, também sobre os limites deles; sobre aquilo que ignoramos). Ela visa menos à ciência do que à sabedoria, menos a aumentar nosso conhecimento do que a pensá-lo ou ultrapassá-lo – por exemplo, interrogando-se sobre o conjunto do real, sobre o ser ou o absoluto (metafísica), sobre o que nós podemos saber (teoria do conhecimento), sobre o que devemos fazer (moral), sobre o que podemos viver (ética, política, estética) ou esperar (religião).

E se a pretensão de um indivíduo for viver com a razão, o caminho natural será a filosofia, segundo advoga o autor francês em outro texto destinado à propagação do pensamento filosófico.

A filosofia é questionamento radical, busca da verdade global ou última (e não, como nas ciências, desta ou daquela verdade particular), criação e utilização de conceitos (mesmo que isso também se faça em outras disciplinas), reflexividade (volta do espírito ou da razão para si mesmo: pensamento do pensamento), meditação sobre sua própria história e sobre a história da humanidade, busca da maior coerência possível, da maior racionalidade (é a arte da razão, por assim dizer, mas que desembocaria numa arte de viver), construção, às vezes, de sistemas, elaboração sempre, de teses, de argumentos, de teorias... Mas também é, e talvez antes de mais nada, crítica das ilusões, dos preconceitos, das ideologias (Comte-Sponville, 2002: 14).

Ele prossegue na extensa e didática definição, inclusive lançando mão de metáforas, até mesmo bélicas, para tentar fazer-se entender. E ao mesmo tempo procura atrelar a filosofia à maior aspiração humana, conforme fora concebida na tradição clássica grega.

Toda filosofia é um combate. Sua arma? A razão. Seus inimigos? A tolice, o fanatismo, o obscurantismo. Seus aliados? A ciência. Seu objeto? O todo, com o homem dentro. Ou o homem, mas no todo. Sua finalidade? A sabedoria: a felicidade. Mas na verdade: tem pano para muita manga, como se diz; ainda bem, porque os filósofos gostam de arregaçá-las (Comte-Sponville, 2002: 14).

E mesmo não sendo ciência – embora possa trabalhar em parceria com esta – a filosofia deveria ser ensinada a todos, independentemente de quaisquer características? Preocupado com o futuro da disciplina, Bouveresse (2005: 13) advoga que sim. E o autor empreende uma avaliação invertendo a interpretação do fato de ela não ser considerada ciência como algo negativo para a propagação do pensamento filosófico.

Atualmente, o que muitos filósofos tradicionais têm sentido como uma inferioridade lamentável é justamente o que se apresenta, na maioria das vezes, como a prova da superioridade da filosofia: é justamente por não ser uma ciência, de maneira alguma, que por não ter um objeto determinado nem um método aceito, e por não ser uma disciplina suscetível de ser realmente ensinada é que ela deve ser ensinada a todos, nem que seja para denunciar a ingenuidade e a consciência tranquila e insuportáveis de todos os discursos tão “cristalizados” ou “consolidados” (...) que podem, entre outras coisas, dar lugar a um ensino propriamente dito, sem grandes problemas.

Para concluir, voltemos à indagação principal deste artigo. E se alguém ainda fizer a pergunta a si mesmo: para que serve este bem imaterial, a filosofia? Poder-se-á responder que ela é um bem que se consuma *gratia sui* e que, portanto, não precisaria ter servidão alguma. Porém, poderíamos complementar, dizendo que ela serve para inspirar, fazer refletir sobre a natureza das coisas e agir, transformar o mundo ao redor, não ceder ao determinismo histórico e até para apostar na quase utópica visão de um mundo mais justo, libertário e igualitário.

Então, pelo bem do mundo, e por todos os meios, talvez se deva trabalhar para realizar o que Diderot (apud Comte-Sponville, 2002) pregava: “Apresemos-nos a tornar a filosofia popular”. Assim, conclui-se este artigo defendendo como caminho adequado para esta maior propagação a utilização dos meios de comunicação em massa, principalmente a televisão, e, sobretudo, a internet, pois se entende o ciberespaço como podendo ser o melhor canal para o conseguimento de tal intento. Por fim, comprometemo-nos a tratar deste tema em futuro próximo.

Notas

1. Este artigo é parte da dissertação de mestrado em filosofia, apresentada ao PPG-UGF, em Julho de 2012, sob orientação do prof. dt. Norman Madarsz.
2. Jacques Derrida (1930-2004), filósofo francês, nascido na Argélia e de origem judia, propôs o método da desconstrução, que visa a dissolver a linguagem para que esta dê lugar ao que ele chama de escritura.
3. O pensador francês Auguste Comte (1798-1857) foi o criador do positivismo, derivado da lei dos três estados que ele formula em sua teoria da história.
4. KANT, I. Idee zu einer allgemeinen Geschichte in weltbürger Absicht. In: *Berlinsche Monatsschrift*, 1784. Apud FOUCAULT, M. Qu`est-ce que les lumières. In : *Magazine Littéraire*, n. 207, mai 1984, p. 35-39. Trad. Wanderson Flor do Nascimento. Disponível em www.filoesco.unb.br/foucault. Acesso em 10/02/12.
5. “What philosophy is”. CAREL, Havi e GAMEZ, David. 2008.
6. SLOTERDIJK, Peter. Le pacte de non lecture. Disponível em www.lemonde.com.fr. Acesso em 31 de janeiro de 2012. “Vu de l`extérieur, le monde universitaire fait l`effet d`un biotope spécialisé dans la production de “textes” le plus souvent bizarres et totalement éloignés du populaire. (...) autant de végétaux textuels qui s`épanouissent exclusivement dans le microclimat de l`Academia – comparables à ces plantes rampantes des hautes Alpes qui survivent à des altitudes où les arbres ne poussent plus – et qui, en règle générale, ne supportent pas une transplantation dans les plaines plates et dégagées de la vie éditoriale.” A tradução da versão francesa é nossa.

Referências

- ADORNO, Theodor W. e HORKHEIMER, Max. *A dialética do Esclarecimento*. Trad. Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 1984.
- ATTALI, Jacques. *Dicionário do século XXI*. Trad. Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- BAGGINI, Julian. A filosofia como juízo. In: CAREL, Havi e GAMEZ, David (Orgs.). *Filosofia contemporânea em ação*. Trad. Fernando José R. da Rocha. Porto Alegre: Artmed, 2008.
- BLACKBURN, Simon. Prefácio. CAREL, H. e GAMEZ, D. (Orgs.). *Filosofia contemporânea em ação*. Trad. Fernando José Rocha. Porto Alegre: Artmed, 2008.
- BOUVERESSE, Jacques. *O futuro da filosofia*. Trad. Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Atlântica Editora, 2005.
- BRANDON, Ed. *A filosofia como bricolagem*. In: CAREL, Havi e GAMEZ, David (Orgs.). *Filosofia contemporânea em ação*. Trad. Fernando José R. da Rocha. Porto Alegre: Artmed, 2008.
- CHAUI, Marilena. *Boas-vindas à filosofia*. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- _____. *Convite à filosofia*. São Paulo: Ática, 1998.
- COMTE-SPONVILLE, André. *A filosofia*. Trad. Joana Angélica D´Ávila Melo. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- _____. *Apresentação da filosofia*. Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- DELEUZE, Gilles e GUATTARI, Félix. *O que é a filosofia*. Trad. Bento Prado Júnior e Alberto Alonso Muñoz. São Paulo: Ed. 34, 1992.
- DORFMAN, Eran. A filosofia como um ‘como’. In: CAREL, Havi e GAMEZ, David (Orgs.). *Filosofia contemporânea em ação*. Trad. Fernando José R. da Rocha. Porto Alegre: Artmed, 2008.
- FOUCAULT, Michel. *O que é o iluminismo?* Trad. Wanderson Flor do Nascimento. Disponível em www.filoesco.unb.br/foucault. Acesso em 10/02/12.
- KIRILENKO, G. e KÓRSHUNOVA, L. *Que é a filosofia*. Trad. G. Melnikov. Moscou: Edições Progresso, 1986.
- MARCONDES, Danilo. *Iniciação à história da filosofia: dos pré-socráticos a Wittgenstein*. 9a. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

_____ e FRANCO, Irley. *A filosofia: O que é? Para que serve?*. Rio de Janeiro: Zahar: Ed. PUC-Rio, 2011.

MATRAVERS, Matt. A filosofia como política – algumas considerações sobre o futuro da filosofia política. In: CAREL, H. e GAMEZ, D. (Orgs.). *Filosofia contemporânea em ação*. Trad. Fernando José Rocha. Porto Alegre: Artmed, 2008.

NAGEL, Thomas. *Uma breve introdução à filosofia*. Trad. Silvana Vieira. 2ª. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

SEARLE, John. *Mente, linguagem e sociedade*. Trad. F. Rangel. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

SLOTERDIJK, Peter. Le pacte de non-lecture. In: *Le Monde*, de 29 janeiro de 2012 Trad. Olivier Mannoni. Disponível em www.lemonde.com.fr. Acesso em 31/01/12.

SOLOMON, Robert C. *O prazer da filosofia: entre a razão e a paixão*. Trad. Maria Beatriz Medina. Rio de Janeiro: Record, 2011.

Resumo

Este artigo tem como objetivo contribuir para o reconhecimento da importância da filosofia na vida de todo ser humano, no sentido da prática, isto é, dada a qualquer forma de intuição ou de conhecimento vivenciado, mesmo que isso não seja percebido. Partindo-se da premissa de que ideias originárias do pensamento filosófico ultrapassam suas fronteiras e são usadas por pessoas não-especializadas em filosofia ou até mesmo leigas nesse campo acadêmico-científico, tenciona-se evidenciar de que forma a filosofia se insere na vida social. Outro intuito deste texto é ajudar a refletir sobre a sua produção de conhecimento.

Palavras-chave

Filosofia - Conhecimento - Sociedade.

Abstract

This paper aims to contribute to the recognition of the importance of philosophy in the life of every human being in the sense of practice, that is, given any form of intuition or experienced knowledge, even if it is not realized. Starting from the premise that originating ideas of philosophical thought beyond their borders and are used by non-specialized in philosophy or even lay in this academic-scientific field, it is intended to show how philosophy fits into the social life. Another purpose of this article is to help reflect on their knowledge production.

Keywords

Philosophy - Knowledge - Society.

Résumé

Cet article vise à contribuer à la reconnaissance de l'importance de la philosophie dans la vie de chaque être humain dans le sens de la pratique, qui est, compte tenu de toute forme d'intuition ou de connaissances expérimenté, même si cela ne se réalise pas. Partant du postulat que les idées provenant de la pensée philosophique delà de leurs frontières et sont utilisés par des non-spécialisé en philosophie ou même jeteur dans ce domaine académique et scientifique, il est destiné à montrer comment la philosophie s'inscrit dans la vie sociale. Un autre objectif de ce texte est d'aider à réfléchir sur leur production de connaissances.

Mots-clés

Philosophie - Connassaince - Societé.

A Revista **Comum** aceitará contribuições sem restrição de procedência, ressalvadas as prioridades estabelecidas pelo Conselho Editorial e recomenda a seus colaboradores que enviem seus artigos da seguinte forma:

1. Texto em mídia eletrônica, digitado em programa Word para Windows, corpo 12, entrelinha 1,5.
2. Os textos devem ter o mínimo de 10 e o máximo de 20 laudas (cada lauda com cerca de 30 linhas e 70 toques por linha).
3. Notas, referências bibliográficas e citações que obedecem as normas da ABNT.
4. As referências bibliográficas, no final do texto, devem conter apenas as obras efetivamente mencionadas no artigo.
5. Apresentar um resumo de, no máximo, 150 palavras na língua original do texto e um *abstract* ou *résumé*.
6. Listar palavras-chave, *keywords* ou *mots-clés*.
7. Incluir nota biográfica do autor que indique sua formação acadêmica e, se for o caso, onde ensina, estuda e/ou pesquisa.

No caso de publicação do artigo, o Conselho Editorial se reserva o direito de selecionar as informações biográficas que achar pertinentes.

8. O ineditismo do artigo é obrigatório. Indicar, em nota à parte, caso o texto tenha sido apresentado em forma de palestra ou comunicação.
9. Evitar palavras, expressões ou frases grafadas com sublinhado ou negrito. Para destaques usar apenas o itálico.
10. Enviar, com os originais, autorização assinada pelo autor ou seu procurador, para que aquele trabalho seja publicado nas versões impressa e digital da Revista **Comum**.

O Conselho Editorial se reserva o direito de recusar os trabalhos que não atendam as normas estabelecidas e comunicará ao autor se o trabalho foi aceito sem restrições, aceito com sugestão de alterações ou recusado. Os autores receberão cinco exemplares do número que contiver sua colaboração.