

2 COMUM

1978

Entrevista: Michel Foucault

Publicidade e Poder

**Da Macrocefalia
à Atomização**

Sociologia da Arte

Literatura e Cinema, Hoje

EDITORIAL

Comum quer ser um espaço franco de reflexão universitária. Surge como revista especializada em comunicação, mas pretenda vê-la também, em seus sentidos não especiais. E tratá-los técnica, crítica e cientificamente; de todas essas formas, de algumas delas, sem limites prévios.

Comum propõe um falar aberto, um lugar de interlocução. E ainda se dispõe a falar claro: sabe que o dizer inteligível pode ser a cínica vestimenta do não poder dizer.

Comum, em suma, pretende ser clara, aberta, franca e livre. Na medida da possibilidade histórica.

EXPEDIENTE

Conselho Editorial

Carlos Henrique de Escobar

Fernando de Almeida Sá

José Carlos Rodrigues

Nilton Logo

Sérgio Athayde

Capa

Ivan Vianá

Composição

Compositora Helvética

Rua Correia Vasques, 25 — Rio de Janeiro — RJ

Impressão e Acabamento

Editora Vozes Ltda.

Rua Frei Luis, 100 — Petrópolis — RJ

Revisão

Dilza Valéria Rocha Miranda

Distribuição

Marcos Vieira

Comum é uma publicação

trimestral da FACHA,

Faculdade de Comunicação

e Turismo Hélio Alonso,

Praça do Botafogo, 200

Rio de Janeiro — RJ

ZC-02 — CEP 20.000

Atendemos pelo

Recibo das Postas.

Comum, v.1- n.2- abr./jun. 1978-

Rio de Janeiro, Faculdade de Comunicação e
Turismo Hélio Alonso, 1978-

v. 19 cm. trimestral

1. Comunicação — Teoria. I. Título.

CDD 001.501

ENTREVISTA COM MICHEL FOUCAULT

Tradução de Carlos Deane

Esta entrevista saiu originalmente no n.º 1 (janeiro-março de 1976) de *Hérodote*, revista fundada por um grupo de geógrafos franceses. Seu interesse entretanto não se restringe ao âmbito da geografia. Discutem-se aqui as metáforas especiais e a validade de seu emprego nos discursos científicos em geral. Noções oriundas (ou não) do saber geográfico, mas que, de qualquer maneira, ao emergirem nos discursos das ciências humanas, remetem inevitavelmente ao problema da relação entre saber e poder. (O.D.)

"... A geografia deve estar bem no centro das coisas de que me ocupo." (M.F.)

HÉRÓDOTE — O trabalho que você empreendeu confirma (e alimenta) em grande parte a reflexão que adotamos em geografia, e de modo mais geral, quanto às ideologias e estratégias do espaço.

Ao questionar a geografia, deparamos com um certo número de conceitos: saber, poder, ciência, formação discursiva, olhar, episteme, e a arqueologia que você propôs contribuiu para orientar a nossa reflexão. Assim, a hipótese proposta na *Arqueologia do Saber* de que uma formação discursiva não se define nem por um objeto, nem por um estilo, nem por um jogo de conceitos permanentes, nem pela persistência de uma temática, mas deve ser apreendida como um sistema de dispersão regulado, nos permitiu cercar melhor o discurso geográfico.

Por outro lado, ficamos surpresos com o seu silêncio no que diz respeito à geografia (salvo erro, você só evocou sua existência numa comunicação consagrada a Cuvier, e assim mesmo para relegá-la às ciências naturais). Paradoxalmente, seria motivo de estupor se a geografia fosse levada em conta, pois, apesar de Kant e Hegel, os filósofos ignoram a geografia. Deve-se incriminar os geógrafos que, desde Vidal de la Blanche, resolveram se resguardar, ao abrigo das ciências sociais, do marxismo, da epistemologia e da história das ciências, ou devemos incriminar os filósofos, indispostos com uma geografia indelimitável, "deslocada", dividida entre as ciências naturais e as ciências sociais? A geografia terá um "lugar" na sua arqueologia do saber? Você não estará reproduzindo, ao arqueologizá-la, a separação entre ciências da natureza (a investigação, o catálogo) e ciências do homem (o exame, a disciplina), dissolvendo exatamente aí o lugar onde a geografia poderia se estabelecer?

MICHEL FOUCAULT — Para começar, uma resposta ras-
teiramente empírica. Tentaremos em seguida ver se há outra
coisa por detrás. Se eu fizesse a lista de todas as ciências, de
todas as conhecimentos, de todos os domínios do saber de
que não fala e deveria falar, e de que estou próximo de uma
maneira ou de outra, essa lista seria quase infinita. Eu não
falo de bioquímica, eu não falo de arqueologia. Nem mesmo
fiz uma arqueologia da história. Tomar uma ciência porque
ela é interessante, porque é importante ou porque sua histó-
ria teria alguma coisa de exemplar não me parece um bom
método. Será sem dúvida bom método se o que se quer é
fazer uma história correta, limpa, conceitualmente asséptica.
Mas desde o momento em que se quer fazer uma história
que tenha um sentido, uma utilização, uma eficácia política,
só se pode fazê-la corretamente sob a condição de que se
esteja ligado, de uma maneira ou de outra, aos combates que
se desenrolam neste domínio. Dos domínios cuja genealogia
tentei fazer, o primeiro foi a psiquiatria porque eu tinha certa
prática e certa experiência de hospital psiquiátrico e senti
que ali havia combates, linhas de força, pontos de confronta-
ção, tensões. A história que fiz, só a fiz em função desses
combates. Sendo o problema, a aposta, o prêmio a ser con-
quistado o fato de poder ter um discurso verdadeiro e que
fosse estrategicamente eficaz; ou ainda, de que modo a ver-
dade da história podia ter efeito político.

H. — Isso vai ao encontro de uma hipótese que submeto
a você: se existem pontos de confrontação, tensões, linhas
de força na geografia, eles são subterrâneos pelo próprio fato
da ausência de polémica em geografia. Ora, o que pode atrair
um filósofo, um epistemólogo, um arqueólogo é ou arbitrar ou
tirar proveito de uma polémica já entabulada.

M.F. — É verdade que a importância de uma polémica
pode atrair. Mas eu não sou de forma alguma desse espécie
de filósofo que tem ou quer ter um discurso de verdade sobre
uma ciência qualquer. Fazer a lei em toda a ciência é o pro-
jeto positivista. Eu não diria que em certas formas de mar-
xismo "renovado" não se encontrou uma tentação semelhante,
que consistiria em dizer: o marxismo, como ciência das ciên-

cias, pode fazer a teoria das ciências e estabelecer a separação entre ciência e ideologia. Ora, essa posição de árbitro, de juiz, de testemunha universal, é um papel a que me recuso cabalmente, pois me parece ligado à instituição universitária da filosofia. Se faço as análises que faço, não é porque há uma polémica que gostaria de arbitrar mas porque estou ligado a certos combates: medicina, psiquiatria, penalidade. Nunca pretendi fazer uma história geral das ciências humanas, nem fazer uma crítica geral da possibilidade das ciências. O subtítulo de *As Palavras e as Coisas* não é a arqueologia mas uma arqueologia das ciências humanas.

Cabe a vocês, que estão diretamente ligados ao que se passa na geografia, que se deparam com todos esses confrontos de poder que passam pela geografia, cabe a vocês enfrentá-los, obter os instrumentos que lhes permitam combater. E no fundo, vocês deveriam me dizer: "Você não está preocupado com essa coisa que não lhe diz muito respeito e que você não conhece bem". E eu lhes responderia: "Se um ou dois dos 'truques' (abordagem ou método) que acreditei poder utilizar na psiquiatria, na penalidade, na história natural podem servir a vocês, eu fico satisfeito. Se forem obrigados a recorrer a outros ou a transformar os meus instrumentos, mostrem-me, porque também poderei ganhar com isso."

H. — Você se refere com muita freqüência aos historiadores: Lucien Febvre, Braudel, Le Roy Ladurie. E rendeu-lhes homenagem em várias ocasiões. Acontece que esses historiadores tentaram estabelecer um diálogo com a geografia e inclusive instaurar uma geo-história ou uma antrope-geografia. Por outro lado, ao estudar a economia política e a história natural, você respa no domínio da geografia. Podemos assinalar assim uma incursão constante à geografia, sem que ela jamais seja levada em conta. Não existe em minha pergunta nem a reclamação de uma hipotética arqueologia da geografia nem realmente uma decepção: somente uma surpresa.

M.F. — Tenho um certo escrúpulo de só responder por argumentos concretos, mas creio que é preciso também desconfiar dessa vontade de essencialidade: se você não fala de

uma coisa específica é porque certamente tem obstáculos maiores que iremos superar. Pode-se muito bem não falar de uma coisa qualquer simplesmente porque não se conhece essa coisa, não porque tenhamos dela um saber inconsequente e portanto inacessível. Você me pergunta se a geografia tem um lugar na arqueologia do saber. Sim, sob a condição de mudar a formulação. Achar um lugar para a geografia seria o mesmo que dizer que a arqueologia do saber tem um projeto de recobrimento total e exaustivo de todos os domínios do saber, o que de modo algum é o que tenho em mente. A arqueologia do saber nunca passou de um método de abordagem.

É verdade que a geografia, pelo menos a partir de Descartes, sempre esteve ligada no Ocidente ao problema do conhecimento. Não se escapa disso. Quem se pretende filósofo e não se coloca a questão "o que é o conhecimento?" ou "o que é a verdade?", em que sentido se poderia chamar de filósofo? É por mais que eu diga que não sou filósofo, se for da verdade que me ocupo, eu serei apesar de tudo filósofo. Com Nietzsche, essa questão se transformou. Não mais: qual é o caminho mais seguro da Verdade?, mas qual foi o caminho arriscado da verdade? Era esta a questão de Nietzsche e é também a questão de Husserl n'A Crise das Ciências Europeias. A ciência, a sujeição ao verdadeiro, a obrigação da verdade, os procedimentos ritualizados para produzi-la há milênios vêm atravessando completamente toda a sociedade ocidental e agora se universalizaram para se tornarem a lei geral de toda a civilização. Qual é a história disso, quais são os seus efeitos, como isso se entrelaça com as relações de poder? Se se toma esse caminho, a geografia depende de um método semelhante. É preciso tentar esse método na geografia, mas como fazê-lo tão bem na farmacologia, na microbiologia, na demografia etc.? Não há lugar para a geografia na arqueologia do saber, propriamente falando, mas é preciso que se pudesse fazer esta arqueologia do saber geográfico.

H. — Se a geografia não é visível, não é palpável no campo que você explora, em que prática suas escavações.

Isto talvez se ligue ao encaminhamento deliberadamente histórico ou arqueológico que na verdade privilegia o fator tempo. Pode-se notar assim que você tem um cuidado rigoroso com a periodização que contrasta com a vagueza, a relativa indeterminação das localizações. Seus espaços de referência são indistintamente a cristandade, o mundo ocidental, a Europa do Norte, a França, sem que esses espaços de referência sejam realmente justificados ou mesmo precisados. Você escreve que "cada periodização corta na história um certo nível de eventos e, inversamente, cada camada de eventos designa sua próxima periodização, uma vez que, conforme o nível que se escolhe, se deverá delimitar periodizações diferentes, e, conforme a periodização que se dá, serão atingidos níveis diferentes. Chega-se assim à metodologia complexa da descontinuidade". É possível e mesmo desejável conceber e construir uma metodologia da descontinuidade a propósito do espaço e das escalas espaciais. Você na verdade privilegia o fator tempo, com o risco das delimitações ou espacializações nebulosas, nômades. Espacializações incertas que contrastam com a preocupação de recortar fases, períodos, idades.

M.F. — Toca-se aí num problema de método, mas também de suporte material, que é simplesmente a possibilidade de um homem sozinho percorrê-la. Na verdade, eu poderia perfeitamente dizer: a história da penalidade na França. Afinal foi o que no essencial eu fiz, com um certo número de incursões, de referências, de pequenas ligadas em outros países. Se eu não digo isso, se eu deixo ocular uma espécie de fronteira vaga, um pouco ocidental, um pouco nomadizante, é porque a documentação que remexi extravasava um pouco a França, porque muitas vezes para compreender um fenómeno francês fui obrigado a me referir a alguma coisa que se passava em outros lugares, que seria pouco clara, que era anterior no tempo, que serviu de modelo. O que me permite, ressalvando as modificações regionais ou locais, situar esses fenómenos nas sociedades anglo-saxã, espanhola, Italiana etc. Eu não especifico mais porque seria tão abusivo dizer: "eu só falo da França" quanto dizer: "eu falo de toda a Europa". É seria o caso mesmo de precisar — mas este é um trabalho

para muitos — onde esse gênero de processo acaba, a partir de onde se pode dizer: "é outra coisa que acontece".

H. — Essa espacialização incerta contrasta com a profusão de metáforas espaciais: posição, deslocamento, lugar, campo, e até geográficas: território, domínio, solo, horizonte, arquipélago, geopolítica, região, paisagem.

M.F. — Espere, retomemos essas metáforas geográficas.

Território é sem dúvida uma metáfora geográfica, mas é em primeiro lugar uma noção jurídico-política: é o que é controlado por um certo tipo de poder.

Campo: noção econômico-jurídica.

Deslocamento: se deslocam um exército, uma tropa, uma população.

Domínio: noção jurídico-política.

Solo: noção histórico-geológica.

Região: noção fiscal, administrativa, militar.

Horizonte: noção pictórica, mas também estratégica.

Dessas, só uma noção é verdadeiramente geográfica, a de arquipélago. Só a utilizei uma vez, para designar, e por causa de Soljenitsin — o arquipélago carcerário —, essa dispersão e ao mesmo tempo o recobrimento universal de uma sociedade por um tipo de sistema punitivo.

H. — Estas noções, certo, não são estritamente geográficas. São contudo noções de base para todo enunciado geográfico. Tocamos assim no fato de que o discurso geográfico produz poucos conceitos e os subtrai de várias áreas. Paisagem é uma noção pictórica, mas é um objeto essencial da geografia tradicional.

M.F. — Mas como você garante que eu tomei essas noções da geografia e não das áreas de onde precisamente a geografia se foi buscar?

H. — O que se deve sublinhar, a respeito de certas metáforas espaciais, é que elas são tanto geográficas como estratégicas, e isso é muito normal visto que a geografia se desenvolveu à sombra do exército. Entre o discurso geográfico e o discurso estratégico, podemos observar uma circulação de noções: a região dos geógrafos não é outra que a região militar (de reger, comandar) e província não é mais

M.F. — Reprovaram-me muito por essas obsessões espaciais, e elas de fato me obsecaram. Mas, através delas, creio ter descoberto o que no fundo procurava: as relações que podem existir entre poder e saber. Desde o momento em que se pode analisar o saber em termos de região, de domínio de implantação, de deslocamento, de transferência, pode-se perceber o processo pelo qual o saber funciona como o poder e prorroga os seus efeitos. Você tem uma administração do saber, uma política do saber, relações de poder que passam pelo saber e que muito naturalmente, se você quis descrevê-las, remetem você àquelas formas de dominação que se referem noções como campo, posição, região, território. E o termo político-estratégico indica como o militar e o administrativo vêm efetivamente se inscrever tanto num espaço como em formas de discurso. Quem encarar a análise dos discursos somente em termos de continuidade temporal se necessariamente levado a analisá-la e encará-la como a transformação interna de uma consciência individual. Construir ainda uma grande consciência coletiva no interior da qual se passariam as coisas.

Metaforizar as transformações do discurso pelo lado de um vocabulário temporal conduz necessariamente à utilização do modelo da consciência individual, com sua temporalidade própria. Tentar ao contrário decifrá-lo através de metáforas espaciais, estratégicas, permite perceber exatamente os pontos pelos quais os discursos se transformam em, através e a partir de relações de poder.

H. — Althusser, no *Lire le Capital*, coloca, e se coloca, uma questão análoga: "O recurso às metáforas espaciais (...) das quais o presente texto faz uso coloca um problema teórico: o dos seus títulos de existência num discurso de pretensão científica. Este problema pode ser exposto da seguinte forma: por que uma certa forma de discurso requer necessariamente o uso de metáforas retiradas de discursos não científicos?" Althusser apresenta portanto o recurso às metáforas espaciais como necessário, mas ao mesmo tempo como regressivo, não rigoroso. Tudo leva a pensar ao co

trário que as metáforas espaciais, longe de serem reacionárias, tecnocráticas, abusivas ou ilegítimas, são antes o sintoma de um pensamento "estratégico", "combatente", que coloca o espaço do discurso como terreno e aposta de práticas políticas.

M.F. — É um efeito de guerra, de administração, de implantação, de gestão de um saber que está em questão em tais expressões. Seria o caso de se fazer aí uma crítica dessa desqualificação do espaço que vem reinando há inúmeras gerações. Foi com Bergson que isso começou, ou antes? O espaço era o que está morto, congelado, não dialético, imóvel. Em compensação, o tempo era rico, fecundo, vivo, dialético.

A utilização de termos espaciais tem um arzinho de anti-história para todos que confundem a história com as velhas formas da evolução, da continuidade viva, do desenvolvimento orgânico, do progresso da consciência ou do projeto da existência. Se alguém falasse em termos de espaço, é porque era contra o tempo. É porque, como diziam os tolos, "negava a história", é porque era "tecnocrata". Eles não compreendiam que, na marcação das implantações, das delimitações, dos recortes de objetos, dos enquadramentos, das organizações de domínios, o que se fazia aflorar eram os processos — históricos certamente — de poder. A descrição espacializante dos fatos do discurso abre sobre a análise efeitos de poder que lhe estão ligados.

H. — Com Vigier e Punir, esta estrategização do pensamento abriu uma nova brecha. Com o panoptismo, estamos para além da metáfora. O que está em jogo é a descrição de instituições em termos de arquitetura, de figuras espaciais. Você evocou inclusive na conclusão a "geopolítica imaginária" da cidade carcerária. Essa figura panóptica compreende o aparelho de Estado no seu conjunto? Surge no seu último livro um modelo implícito do poder: uma disseminação de micropoderes, uma rede de aparelhos dispersos, sem aparelho único, sem sede nem centro, e uma coordenação transversal de instituições e de tecnologias. Entretanto, você assinala a estatização das escolas, hospitais, casas de correção e

sanciona no século XVIII a generalização das disciplinas
nge as dimensões do Estado."

M.F. — Com o panoptismo, eu viço um conjunto de me-
smos que funcionam dentro de todos os conjuntos de
edimentos de que se serve o poder. O panoptismo foi
invenção tecnológica na ordem do poder, como a má-
a a vapor o foi na ordem da produção. Esta invenção
de particular o fato de ter sido utilizada em níveis inicial-
e locais: escolas, casernas, hospitais. Fez-se necessá-
es a experimentação da vigilância integral. Aprendeu-se
eparar os dossiês, a estabelecer as notações e as classi-
ões, a fazer a contabilidade integrativa desses dados
iduais. Claro que a economia — e o sistema fiscal —
ham utilizado alguns desses processos. Mas a vigilância
anente de um grupo escolar ou de um grupo de doentes
tra coisa. E esses métodos foram, a partir de um certo
ento, generalizados. Desta expansão, o aparelho policial
m dos primeiros vetores, mas também o foi a adminis-
o napoleônica. Creio ter citado uma bellissima descrição
apel dos procuradores gerais do Império como os olhos
mperador. E, do primeiro procurador geral em Paris ao
es substituto de província, é o mesmo e único olhar
vigia as desordens, prevê os perigos de criminalidade,
ona todos os desvios. E se por acaso qualquer coisa
e olhar universal viesse a se relaxar, se ele cochilasse em
n lugar, então o Estado não estaria longe da ruína. O
ptismo não foi confiscado pelos aparelhos de Estado mas
se espalharam nessas espécies de pequenos panoptismos
nais e dispersos. De modo que, se quisermos perceber
mecanismos de poder na sua complexidade e nos seus
hes, não poderemos nos ater unicamente à análise dos
elhos de Estado. Haveria um esquematismo a evitar —
ematismo que aliás não se encontra no próprio Marx —
consiste em localizar o poder no aparelho de Estado, e
azer do aparelho de Estado o instrumento privilegiado,
al, maior, quase único, do poder de uma classe sobre
classe. Na verdade, o poder em seu exercício vai muito

mais longo, passa por canais muito mais finos, é muito mais ambíguo, porque cada um de nós é, no fundo, titular de um certo poder e, nesta medida, veículo de poder. O poder não tem por função única reproduzir as relações de produção. As redes da dominação e os circuitos de exploração interferem, confirmam e se apóiam uns nos outros, mas não coincidem.

H. — Se o aparelho de Estado não é o vetor de todos os poderes, não é menos verdade, e especialmente na França com o sistema panóptico-prefeitural, que ele abrange o essencial das práticas disciplinares.

M.F. — A monarquia administrativa de Luís XIV e Luís XV, tão fortemente centralizada, foi certamente um primeiro modelo. Você sabe que foi na França de Luís XV que se inventou a polícia. Não tenho de forma alguma a intenção de diminuir a importância da eficácia do poder do Estado. Creio simplesmente que de tanto se insistir em seu papel, e em seu papel exclusivo, corre-se o risco de se deixar escapar todos os mecanismos e efeitos de poder que não passam diretamente pelo aparelho de Estado, que muitas vezes o sustentam bem melhor, o renovam, elevam sua eficácia ao máximo. Tem-se com a sociedade soviética o exemplo de um aparelho de Estado que mudou de mãos e que mantém as hierarquias sociais, a vida familiar, a sexualidade, o corpo quase como eram numa sociedade de tipo capitalista. Os mecanismos de poder que atuam na fábrica entre o engenheiro, o contra-mestre e o operário, você acredita que sejam muito diferentes na União Soviética e aqui?

H. — Você mostrou como o saber psiquiátrico trazia em si, pressupunha, exigia a clausura do asilo, como o saber disciplinar trazia em si o modelo da prisão, a medicina de Bichat a reclusão do hospital e a economia política a estrutura da fábrica. Pode-se perguntar, não apenas como piada mas também como hipótese, se o saber geográfico não traz em si o circuito da fronteira, seja nacional, provincial ou municipal. É portanto se às figuras de fechamento que você assinalou — as do louco, do delinqüente, do doente, do proletário — não se deva juntar a do cidadão soldado. O espaço do fechamento não seria então infinitamente mais vasto e menos estanque?

M.F. — É uma Idéia bastante sedutora. E para você este seria o homem das nacionalidades? Pois este discurso geográfico que justifica as fronteiras é o discurso do nacionalismo.

H. — A geografia coria, com a história, constitutiva desse discurso nacional, o que marca bem a instauração da escola de Jules Ferry, que confia à história-geografia a tarefa do arraigamento e da inculcação do espírito cívico e patriótico.

M.F. — Tendo como efeito a constituição de uma identidade. Pois minha hipótese é de que o indivíduo não é o dado sobre o qual se exerce e se derruba o poder. O indivíduo, com suas características, sua identidade, preso dentro de si mesmo, é o produto de uma relação de poder que se exerce sobre os corpos, as multiplicidades, os movimentos, os desejos, as forças.

De resto, sobre os problemas da identidade regional, e sobre todos os conflitos que podem ocorrer entre ela e a identidade nacional, haveria muita coisa a dizer.

H. — O mapa como instrumento de saber-poder transpõe os três limites que você distinguiu; medida entre os gregos, investigação na Idade Média e exame no século XVIII. O mapa adota cada um dos limites, se transforma de instrumento de medida em instrumento de investigação, para se transformar hoje em instrumento de exame (mapa eleitoral, mapa das arrecadações de impostos etc.). É verdade que a história do mapa (ou a sua cronologia) não obedece à cronologia que você estabeleceu.

M.F. — Um mapa dos votos expressos ou das opções eleitorais: é um instrumento de exame. Creio que houve historicamente essa sucessão dos três modelos. Mas está bem claro que essas três técnicas não ficaram isoladas umas das outras. Elas imediatamente se contaminaram. A investigação utilizou a medida e o exame utilizou a investigação. Depois o exame venceu os outros dois, de sorte que reencontramos um aspecto da sua primeira pergunta: será que distinguir exame da investigação não recupera a divisão ciência social / ciência da natureza? De fato, gostaria de ver como a investigação como modelo, como esquema administrativo, fiscal e político, pôde servir de matriz a esses grandes percursos que viveram lugar desde o fim da Idade Média até o século

XVIII, e onde as pessoas que sulcavam o mundo recolhiam as informações. Elas não as recolhiam em estado bruto. Literalmente, elas investigavam, seguindo esquemas seus mais ou menos claros, mais ou menos conscienciosos. E eu acredito que as ciências da natureza se estabeleceram de fato no interior desta forma geral que era a investigação — como as ciências do homem nasceram a partir do momento em que foram ajustados os procedimentos de vigilância e do registro dos indivíduos. Mas isso era somente o ponto de partida.

E, pelos cruzamentos que imediatamente se produziram, investigação e exame interferiram-se, e por conseguinte as ciências da natureza e as ciências do homem igualmente intercruzaram os seus conceitos, seus métodos, seus resultados. Creio que na geografia tem-se um belo exemplo de uma disciplina que utiliza sistematicamente investigação, medição e exame.

H. — Há aliás no discurso geográfico uma figura onipresente: a do inventário ou catálogo. E este tipo de inventário utiliza os serviços do triplo registro da investigação, da medição e do exame. O geógrafo — talvez seja a sua função essencial, estratégica — coleta a informação. Inventário que em estado bruto não tem grande interesse, e que de fato só é utilizável pelo poder. O poder não tem necessidade de ciência, mas de uma massa de informações, que ele, por sua posição estratégica, é capaz de explorar.

Compreende-se assim melhor a fraca aptidão epistemológica dos trabalhos geográficos, ao mesmo tempo que são (ou melhor, eram) de uma utilidade considerável para os aparelhos de poder. Os viajantes do século XVIII ou os geógrafos do XIX eram na verdade agentes de informações que coletavam e cartografavam a informação, informação que era diretamente explorável pelas autoridades coloniais, os estrategistas, os negociantes ou os industriais.

M.F. — Posso citar um fato que passo com certa restrição. Uma pessoa especializada em documentos da época de Luís XIV, consultando a correspondência diplomática do século XVII, se apercebeu de que muitas narrativas, que foram em seguida reproduzidas como narrativas de viajantes e que relatam um monte de maravilhas, plantas incríveis, animais

monstruosos, eram na verdade narrativas em código. Eram informações precisas sobre a situação militar do país visitado, os recursos econômicos, os mercados, as riquezas, as possibilidades de relação. De sorte que muita gente atribui à ingenuidade tardia de certos naturalistas e geógrafos do século XVIII coisas que na realidade eram informações extraordinariamente precisas, cuja chave aparentemente se descobriu agora.

H. — Quando nos perguntamos por que a geografia não conheceu nenhuma polémica, nós logo pensamos na fraca influência que Marx exerceu sobre os geógrafos. Não houve geografia marxista, nem mesmo tendência marxista em geografia. Os geógrafos que recorrem ao marxismo na verdade se desviam para a economia ou a sociologia, privilegiam as escalas planetária e média. Talvez o marxismo, em todo o caso *O Capital*, e, de modo geral, os textos econômicos, privilegiando o fator tempo, não se prestam bem à espacialização. É este o problema naquele trecho de entrevista em que você diz: "Seja qual for a importância das modificações introduzidas nas análises de Ricardo, eu não creio que as análises econômicas de Marx escapem ao espaço epistemológico instaurado por Ricardo"?

M.F. — Marx, para mim, não existe. Quero dizer esta espécie de entidade que se construiu em torno de um nome próprio, e que se refere tanto a um certo indivíduo, quanto à totalidade do que escreveu e a um imenso processo histórico que deriva dele. Creio que suas análises econômicas, a maneira pela qual ele analisa a formação do capital são em grande parte comandadas pelos conceitos que ele desvia da própria trama da economia ricardiana. Não cabe a mim o mérito de dizer isso, foi Marx mesmo quem o disse. Mas pegue, em compensação, sua análise da Comuna de Paris ou o seu *18 Brumário de Luís Bonaparte*: você tem aí um tipo de análise histórica que manifestamente não depende de um modelo do século XVIII.

Fazer Marx funcionar como um "autor", localizável num manancial discursivo único e suscetível de uma análise em termos de originalidade ou de coerência interna, é sempre

possível. Enfim, tem-se todo o direito de "academizar" Marx. Mas isso é desconhecer a explosão que ele produziu.

H. — Se se lê Marx através de uma exigência especial, sua obra parece heterogênea. Há passagens inteiras que denotam uma sensibilidade espacial espantosa.

M.F. — Há algumas bem marcantes. Como tudo que Marx escreveu sobre o exército e seu papel no desenvolvimento do poder político. São coisas muito importantes que praticamente foram deixadas de lado, em proveito dos incessantes comentários sobre a mais-valia.

Gostei muito desta entrevista com vocês, porque mudou de opinião entre o começo e o fim. Confesso que no começo eu pensei que vocês reivindicavam o lugar da geografia como aqueles professores que protestam quando se lhes propõe uma reforma do ensino: "Vocês diminuíram a carga horária das ciências naturais, ou da música etc." Então eu pensei: "Eles são gentis de quererem que se faça a sua arqueologia, mas desde que eles mesmos a façam." Eu não tinha percebido o sentido da objeção de vocês. Agora me dou conta de que os problemas que vocês colocam a respeito da geografia são essenciais para mim. Entre um certo número de coisas que relacionei estava a geografia, que era o suporte, a condição de possibilidade da passagem de uma para outra. Deixei as coisas em suspenso ou fiz relações arbitrárias.

Cada vez mais me parece que a formação dos discursos e a genealogia do saber devem ser analisadas a partir não dos tipos de consciência, das modalidades de percepção ou das formas de ideologias, mas das táticas e estratégias de poder. Táticas e estratégias que se desdobram através das implantações, das distribuições, dos recortes, dos controles de territórios, das organizações de domínios que poderiam perfeitamente constituir uma espécie de geopolítica, por onde minhas preocupações se juntariam aos métodos de vocês. Há um tema que gostaria de estudar nos próximos anos: o exército como matriz de organização e de saber — a necessidade de estudar a fortaleza, a "campanha", o "movimento", a colônia, o território. A geografia deve estar bem no centro das coisas de que me ocupo.

PUBLICIDADE

Fernando de Al

Os profissionais de criação das nossas agências de publicidade, através de seus Clubes, reunidos em Porto Alegre, em dezembro de 1977, elaboraram e aprovaram um documento de 33 itens, de caráter ético-profissional, do qual transcrevemos algumas resoluções.

- 1) Não mentir, nem deixar mentir. Brigar pela verdade com o risco do próprio emprego. Só é criativo o anúncio verdadeiro.
- 2) Ter consciência da arma que tem nas mãos. A propaganda tanto pode beneficiar como prejudicar as pessoas.
- 3) Não explorar a ignorância, a ingenuidade, a boa-fé e a pobreza das pessoas. O mistificador (sic) deve ser condenado e não aplaudido.
-
- 7) Prestigiar os valores e tradições da nossa terra e da nossa gente. Lutar por tudo que é nosso.
- 8) Cultivar uma visão lúcida e crítica de todos os processos sociais. Não adianta ser um excelente publicitário e não ser um bom cidadão.
- 9) Não criar sem saber para que e quais as consequências. Nós nunca estamos apenas cumprindo ordens superiores.
- 10) Empenhar todo o talento possível para que a propaganda seja realmente um instrumento de desenvolvimento nacional, que fortaleça a independência econômica do país e contribua para melhorar as condições de vida das imensas populações marginalizadas." etc.
(J.B. — 15/12/77 — Caderno B, pág. 10).

Partindo-se do pressuposto que o documento é sério, o mínimo que se pode constatar é o grau de inconsciência profissional em que ainda se encontram os homens de criação das nossas agências. Sendo vejamos.

Como o leitor há de saber, os homens passam a se distinguir dos outros animais a partir do momento em que começam a produzir seus meios de existência. Nossas maneiras de vida coincidem com a nossa participação na produção,

tanto com o que produzimos quanto com o modo pelo qual produzimos. Portanto, o que somos depende das condições materiais do que produzimos, na medida em que este fato nos impõe relações sociais e políticas definidas, independentes da nossa vontade.

Dal, as idéias e conceitos que criamos para explicar nossas atitudes e relações sociais constituem uma visão ideológica, criadora de ilusões, mitos e utopias que deveriam corresponder ao real.

Toda sociedade humana é constituída, complexamente, de três níveis: o econômico, o político e o ideológico que interagem entre si e onde a ideologia não é um produto que se possa isolar no sistema, mas algo existente no interior de qualquer formação social concreta. Não há nada mais ideológico do que uma concepção do mundo que possa imaginar sociedades sem ideologia.

Assim, a ideologia pode ser vista como sendo o conjunto de valores e crenças, não provados, que uma sociedade detém em determinado momento histórico. Althusser diz, ainda, que a ideologia é aquilo que afirma o falso do seu objeto e jamais está falando realmente do seu objeto.

O mito, por sua vez, é um instrumento da ideologia. É a apropriação ideológica do significado de um determinado signo e a imposição de um novo conteúdo a este significado, vale dizer, um conteúdo histórico. Por exemplo: 1) Ninguém governa em nome do Capitalismo ou do Socialismo, mas sempre em nome do "povo", quando sabe-se que ocorre exatamente o contrário. Governa-se segundo os interesses de uma classe dominante, que detém o poder e que jamais se nomeia. Até hoje não conhecemos o fenômeno de capitalistas se reunirem com o objetivo de formarem um Partido Burguês; 2) Numa sociedade que não é igual para todos, é importante que os seus integrantes pensem o contrário. Em consequência, são criadas asserções do tipo: "A lei é igual para todos"; 3) Numa sociedade em que os últimos raramente deixarão de ser os últimos, é importante que se diga que "os últimos serão os primeiros"; 4) Quando se diz que o trabalho enobrece o homem, percebe-se a falsidade da proposição por dois simples motivos: 1) os significados de trabalho e nobreza têm

pouca coisa de comum entre si. Não fosse assim, a grande parcela da população brasileira que ainda não trabalha seria menos "nobre" do que a outra e vice-versa; 2) É evidente que a assertiva se refere à sociedade e não ao homem ou à nobreza.

No último exemplo, percebe-se que o signo nobreza assumiu um novo conteúdo para camuflar, inocular as relações de produção (tais que regulam a participação dos indivíduos na produção e repartição dos bens produzidos) de uma determinada sociedade, onde é necessário que todos os seus elementos trabalhem. Deste modo, camuflou-se a obrigatoriedade de trabalhar usando-se o significado de nobreza como mito.

Barthes nos ensina que tudo pode se constituir um mito, dependendo das necessidades da ideologia vigente. Ora, se considerarmos que todas as técnicas de comunicação de massa operam com representações simbólicas (língua, códigos visuais etc.), que estas técnicas são produzidas em determinada sociedade e são manipuladas por alguns de seus componentes, elas irão refletir, obrigatoriamente, a ideologia dominante desta sociedade. Nesse contexto, a técnica publicitária destaca-se das demais técnicas de comunicação. Ao invés de tentar resistir contra este processo, ela procura justamente trabalhar com os mitos da ideologia dominante para elaborar, com maior eficiência, o seu discurso.

Alguns teóricos como Lefebvre ou Adorno, respectivamente, definem a publicidade como: "uma instituição da sociedade burocrática de consumo dirigida. A publicidade só fala a linguagem ideológica da mercadoria e da alienação pela cotidianidade" ou, "a publicidade faz parte das indústrias culturais que distribuem uma cultura de massa de baixa qualidade". Mas, mesmo não sendo tão contundentes, temos que admitir, como Baran e Sweezy, que na nossa realidade econômica a publicidade está intimamente ligada aos empreendimentos dedicados a conseguir lucros econômicos e ideológicos; que a sua eliminação implicaria na eliminação do próprio Capitalismo e que o controle do conteúdo da mensagem é praticamente impossível, sem cairmos nas questões da liberdade de expressão.

Como estamos vivendo a fase do consumo dentro da atual etapa do Capitalismo, a técnica publicitária passou a ser uma das grandes aliadas do atual sistema produtivo, tendo, inclusive, alcançado o estatuto universitário.

Assim, a mensagem publicitária manipula os desejos incôscientes do receptor num processo de gratificação incompleta; oferece-se o sexo, que não se concretiza, para se vender, como compensação, fita adesiva; oferece-se a força e a agilidade do leão para se vender automóveis, que se dirigidos segundo o comportamento do felino fatalmente levará o motorista à morte; oferece-se a natureza para se vender empreendimentos imobiliários que irão destruir a natureza que está sendo oferecida; apena-se com a ciência para se vender cigarros; Pelo para vender vitaminas etc. Desta forma, os setores dominantes da sociedade (anunciantes) além de oferecerem os seus produtos, impõem os valores e normas que lhes interessam, aos diversos segmentos da população, através de suas mensagens publicitárias.

Como exemplo do que dissemos até agora, trataremos de um fenômeno recente da cena publicitária brasileira: a publicidade de cigarros.

O mercado de fumantes no Brasil, cerca de 120 bilhões de cigarros por ano, era praticamente dominado pela Souza Cruz, que concorria com duas ou três empresas nacionais que não lhe ofereciam o menor perigo. Recentemente, entraram no nosso mercado a Philip Morris e a R. J. Reynolds, duas outras multinacionais que chegaram para competir com a Souza Cruz. O resultado dessa concorrência foi a briga pelo consumidor, através da publicidade, como pode-se observar através dos veículos de comunicação de massa.

As três empresas, atuando num mercado com baixo poder aquisitivo, onde apenas uma pequena parcela da população teria condições financeiras para sustentar o vício do tabaco, partiram para os lançamentos sofisticados (flip-top) e para o apelo a todos os desejos possíveis e imagináveis que um consumidor possa ter. **Minister** para quem sabe o que quer; **Continental** sabor bem Brasil ou preferência nacional; **Vila Rica** para quem gosta de levar vantagem em tudo; **Hollywood**

para quem vai ao sucesso; **Galaxie** para a minoria inteligente etc.

No entanto, houve uma coincidência curiosa entre as últimas marcas de cigarros lançadas no nosso mercado. Nada menos que quatro delas remetem o consumidor ao poder: **Commander, Premier, Chancellor e Luiz XV**. Ora, a marca não é uma criação gratuita. Entre os objetivos da publicidade, um dos mais importantes é o de conseguir impor o nome de um produto no mercado; uma vez conseguido isto, o resto fica mais fácil. Temos exemplos como os da **Coca-Cola, Gillette, Nestlé** e outras, que não nos deixem mentir.

Mas terá sido mera casualidade que quatro marcas (três novas e uma relançada) remetam o consumidor ao poder? Perguntamos aos criadores das agências. Nós acreditamos que não, por motivos muito claros. Estas marcas foram lançadas no exato momento em que a grande maioria da população brasileira está não apenas marginalizada socialmente, não apenas excluída dos benefícios do desenvolvimento, mas literalmente impedida de qualquer participação política.

O leitor já deve ter percebido que o fato que acabamos de relatar está intimamente relacionado com o que dissemos anteriormente. Passemos, então, a fazer uma rápida análise das mensagens que lançaram cada marca citada.

1 — COMMANDER

Destinada ao público jovem, seu texto nos diz que algo de novo vai acontecer nas nossas vidas, que tudo vai mudar, só dependendo de cada um para que isto aconteça, basta começar a fumar **Commander**. O aspecto da decisão individual é enfatizado pela imagem, quando surge um rapaz solitário, numa rua totalmente vazia, aparentemente entediado com sua própria vida e que, de repente, reencontra-se ao tomar uma grande decisão: fumar um **Commander**.

Ora, **Commander** remete àquele que dá as ordens, que muda as regras do jogo, que vence as batalhas, que toma as grandes decisões em momentos difíceis. Se considerarmos que o segmento jovem da nossa população é aquele que menos decisões toma, que, normalmente, é quem recebe as

ordens e que, ultimamente, é o que manda participa da vida política do país, o apelo da mensagem torna-se cristalino. Vejam que tudo o que se diz é verdadeiro; há um grande desejo das pessoas jovens de tomarem decisões, mas são impedidas. Então, para compensar esta frustração, oferece-se uma nova marca de cigarro que os fará sentirem-se no campo de batalha.

2 — PREMIER

O filme nos mostra um cidadão de meia idade, bem sucedido na vida, tendo ao lado um cão de raça numa paisagem campestre (mito da natureza). O texto nos diz que, se você é uma pessoa inteligente ao ponto de estar preocupado com os males causados pelo cigarro mas, ao mesmo tempo, não consegue abandonar o prazer (vício) de fumar, então fume Premier que contém baixo teor de alcatrão e menos nicotina. Sabê-se, através de pesquisas científicas, que ingerir menos alcatrão e nicotina só provoca o aumento do consumo de cigarros e, conseqüentemente, das vendas.

Além disso, o anúncio remete o consumidor à "ciência" quando fala de um filtro exclusivo TFC, sigla que ninguém sabe o que significa, mas que empresta veracidade ao que está sendo afirmado pelo anunciante (mito da ciência).

Mas voltando à nossa tese inicial, o "Premier" é uma pessoa da qual se esperam atitudes sensatas, inteligentes, que decide sobre os assuntos pesando prós e contras, que usa o bom senso. Portanto, se você é do tipo que gostaria de tomar decisões como deveria tomá-las um "Premier", basta fumar Premier que tudo estará nos seus lugares.

3 — CHANCELLER

O fino que satisfaz. O duplo sentido do slogan é evidente. Remete, ao mesmo tempo, ao poder e ao sexo.

O rapaz que anuncia a marca é coerente com a mensagem: é fino por ser alto e magro, assim como o cigarro que é estreito e longo; é fino por ter gestos delicados e firmes como se acredita que sejam os gestos de um diplomata. Além

disso, bonito, segundo os atuais padrões estéticos e, portanto, deve satisfazer.

Observe-se que um "Chancellor" é tido como uma pessoa educada, fina, gentil, capaz de tomar grandes decisões internacionais sem perder o charme, de resolver impasses pelas vias diplomáticas. **Dai, se você gostaria de tomar as suas decisões segundo estes padrões, deve fumar Chancellor que tudo se resolverá a contento.**

4 — LUIZ XV

Naturalmente suave. A mensagem remete o consumidor, simultaneamente, aos mitos da nobreza e da natureza. O filme mostra uma paisagem belíssima, como se fosse o jardim de um palácio das grandes cortes européias, o de Versalhas, por exemplo.

Ofereçam-se os mitos do requinte da nobreza e da suavidade da natureza para se vender o cigarro. Portanto, se você é dos tais que **gostariam de tomar decisões com o requinte e o absolutismo dos nobres, fumar Luiz XV o fará sentir-se como um rei.**

Como é fácil perceber, muitos outros aspectos das campanhas poderiam ser objeto de análise como, por exemplo, o design dos maços (sempre com gar metálica), mas achamos suficiente o que já foi desvendado.

Somos de opinião que a publicidade não tem qualquer poder para modificar a estrutura econômica de um país. Apesar disso, é a grande aliada de um sistema baseado no consumo, onde o consumidor é induzido a comprar o que não precisa com o dinheiro que não tem.

Uma campanha bem sucedida pode fazer com que uma fábrica de automóveis venda mais veículos do que a sua concorrente e isto trará apenas consequências internas numa e noutra fábrica, pouco influenciando no desenvolvimento, na qualidade de vida ou na independência econômica de qualquer país. No entanto, a publicidade provoca graves consequências nas elaborações órficas da grande faixa da população que está afastada do consumo. No caso de cigarros, por conter envolvimento psicológico mais sério (fase oral,

símbolo fálico etc.), é inegável que a publicidade seja a grande responsável pela disseminação do vício do fumo. De 1970 a 1976, a produção de cigarros no Brasil aumentou em cerca de 50% e, para se conseguir isso, usou-se a amizade, o prazer, o sexo, o arrojo, a sofisticação, o amor e o poder como mitos.

O que os publicitários precisam entender é que a publicidade ou a propaganda, em qualquer sistema, seja ele Capitalista ou Socialista, sempre trabalham no sentido de reforçar os padrões ideológicos da sociedade em que estão atuando. A utilização do mito de Lenine na URSS, onde se formam filas imensas, em Moscou, para se visitar o seu esquife ou o uso do mito do poder no Brasil, para se aumentar o consumo de cigarros, são sucessos obtidos através da utilização das mesmas técnicas, adaptadas a cada realidade específica.

Se, como dissemos, a "Declaração de Porto Alegre" é um documento que se propõe a ser sério, que se propõe a ser um passo para que o publicitário tome consciência da sua profissão, gostaríamos de dar um pequeno lembrete aos seus signatários: não se combate o mitificador com um documento mitificante.

Bibliografia

- ADORNO, Theodor W. A Indústria Cultural. In: Teoria da Cultura de Massas, 5.ª ed., Rio de Janeiro, Editora Saga, 1969.
- BARAN, P. A. e SWEEZY, P. M. Teses sobre a Propaganda. In: Comunicação e Indústria Cultural, 3.ª ed., São Paulo, Cia. Editora Nacional, 1977.
- BARTHES, Roland. Mitologias. 2.ª ed., São Paulo/Rio de Janeiro, DIFEL, 1975.
- FRIEDMANN, Georges. Os Mitos e o Dilema. In: Os Mitos da Publicidade, 1.ª ed., Petrópolis, Editora Vozes, 1974.
- LAGE, Nilson. Sobre os Incomunicáveis. In: Comum 1. Rio de Janeiro, FAGHA, 1978.
- LEFEBVRE, Henry. La Vie Quotidienne dans le Monde Moderne. Paris, Gallimard, 1968.

**O PAPEL DO RÁDIO E DA TVÉ
NA FORMAÇÃO
DA CULTURA BRASILEIRA
OU
DA MACROCEFALIA À ATOMIZAÇÃO**

R. A. Amaral Vieira

Intervenção no **Seminário Latino-americano de Telecomunicações** realizado em Porto Alegre, de 21 a 25 de novembro de 1977.

I — INTRODUÇÃO

Sem buscar o heterodoxo pelo exótico — mas não nos podendo dissociar do raciocínio não-corrente, não ortodoxo, do heterodoxo, permitam-me que convide os interlocutores ao debate, preliminar, do sistema estatal brasileiro de radiodifusão, lembrando que a tevê — malgrado esse estatismo que se demonstrará, portanto, mesmo a televisão brasileira — deve ser encarada como potencialmente revolucionária, de particular no entrecho de nossa realidade, latino-americana e subdesenvolvida.

Isso, talvez, encerre alguma utilidade aos que pensam a teoria política dos oprimidos.

II — O SISTEMA BRASILEIRO DE RADIODIFUSÃO

1. O equipamento à disposição do País

O Brasil dispõe de 98 canais de televisão, cerca de mil emissoras de rádio. Aquelas canais pertencem, praticamente, a três redes privadas que convivem com as emissoras do Estado, como se segue. A rede Tupi, a mais antiga e a maior, controlando 21 canais, a rede Globo, a mais importante, controla a programação de 19 canais, uma matriz, quatro subsidiárias, onze filiais e três repetidoras, e a Rede de Emissoras Independentes que se limita hoje a nove canais enquanto a rede estatal compreende cerca de 37 canais, sete pertencentes à União, e os demais distribuídos com os Estados e fundações

educativas ou universidades. As empresas independentes ora se acorrem das centrais produtoras, Tupi, Globo e Record, ora da Bandeirantes,¹ de São Paulo, tateante. Essas emissoras cobrem presentemente todo o território nacional, desde Macapá, Porto Velho, Boa Vista e Rio Branco até Bagé, Caxias do Sul, Cruz Alta, Erechim, Pelotas, Santa Maria, Santana do Livramento e Uruguaiana.²

País que se jacta de seus 120 milhões de habitantes, possuímos cerca de mil emissoras de rádio e de apenas 35 milhões de receptores, malgrado o transistor. Não chegam a 80 milhões os brasileiros que ouvem rádio. O público telespectador é estimado, otimisticamente, em 55 milhões de brasileiros, servidos por 13,5 milhões de aparelhos receptores, distribuídos por 3.500 municípios.³

Neste País, no qual mais de 80% da população não lê qualquer tipo de jornal, a radiodifusão é o instrumento por excelência de sua formação cultural.

2. A estrutura jurídica que determina o estatismo

Análise à malha jurídica que controla a radiodifusão no Brasil, leis, decretos-leis e decretos, regulamentos e portarias que se multiplicam e se contradizem no entredoverar-se dos interesses em choque e das supremacias ocasionais de determinadas tendências — essa legislação esparsa e ainda não unificada mostra, à sociedade, a interdependência entre o estatismo, a alienação e a preeminência cultural das emissões exógenas. Não se está em face das distorções de um processo desgovernado, mas, sente-se do conhecimento desses textos, que o estatismo, que serve ao autoritarismo, é o mesmo que assegura a alienação dos programas pela via indireta da falsa privatização dos canais. Um e outra, o desinteresse pela integração do homem em seu meio-ambiente — que inclui a realidade social e política — e a necessidade de lucro, a busca da audiência que determina os manejos da mídia, se unem e se completam, se autofortalecem no abrir caminho ao predomínio dos interesses exógenos nas emissões de rádio e tevê.

Assim temos, em resumo:

1. os serviços de radiodifusão, nos quais se compreendem os de televisão, são executados diretamente pela União, ou através de concessão, autorização ou permissão;

2. a frequência consignada à entidade concessionária para a execução do serviço de radiodifusão não se constitui em propriedade desta, ficando sua utilização sujeita às regras estabelecidas na legislação vigente e "na que vier a disciplinar a execução do serviço", podendo ser alterada pela União sem que tenha a concessionária direito a qualquer indenização;

2.1 em qualquer tempo podem ser aplicáveis às concessionárias os preceitos da legislação sobre desapropriação ou requisições;

3. os prazos de concessão e autorização são de 10 anos para o serviço de radiodifusão sonora e de 15 anos para os de televisão, podendo ser renovados por períodos sucessivos e iguais, se os concessionários cumprirem todas as obrigações legais e contratuais, mantida a mesma idoneidade técnica, financeira e moral e atendido o "interesse público";

4. qualquer modificação dos estatutos e atos constitutivos das empresas depende, para sua validade, de aprovação do Governo, ouvido previamente o Conselho Nacional de Telecomunicações;

5. a transferência da concessão, a cessão de cotas ou de ações representativas do capital social, dependem, para sua validade, de autorização do Governo;

6. não poderá exercer a função de diretor ou gerente de empresa concessionária de rádio ou televisão quem estiver no gozo de imunidade parlamentar ou de foro especial;

7. as estações de rádio são obrigadas a divulgar, 80 dias antes das eleições, os comunicados da Justiça Eleitoral;

8. as emissoras de radiodifusão, excluídas as de televisão, são obrigadas a retransmitir, das 19 às 20 hs., exceto aos sábados, domingos e feriados, o programa oficial de informações dos Poderes da República, "A Voz do Brasil";

9. as estações de radiodifusão, nos 90 dias anteriores às eleições gerais do País ou da circunscrição eleitoral onde

tiverem sede, reservarão, diariamente, duas horas à propagação partidária gratuita sendo uma delas durante o dia e outra entre 20 e 23 horas, respeitadas, no que se aplica, a "Lei Falcão";

10. as emissoras de radiodifusão, inclusive televisão, se obrigam a destinar um mínimo de 5% de seu tempo para transmissão de serviço noticioso;

11. dos contratos de concessão constam, obrigatoriamente, cláusulas que exigem das emissoras:

11.1 observar os limites para a irradiação de programas educacionais (máximo obrigatório de cinco horas semanais) e informativos (mínimo de 5% da programação diária);

11.2 observar os limites fixados para a veiculação de publicidade comercial (25% da programação diária);

11.3 irradiar os boletins ou avisos do serviço meteorológico;

11.4 manter em arquivo as gravações e textos de seus programas;

11.5 atender as autoridades federais, estaduais e municipais na divulgação de avisos de interesse da segurança nacional e da segurança pública;

11.6 integrar gratuitamente as redes de radiodifusão, sob a direção da Agência Nacional do Gabinete Civil da Presidência da República, sempre que para isso for convocada;

11.7 não veicular programação que possa: atentar à moral, à família, às instituições, às relações internacionais, à incolumidade pública e à segurança nacional; incitar desobediência às leis ou decisões judiciais; divulgar assuntos classificados como sigilosos e os que envolvam a segurança nacional; promover propaganda de guerra ou de processos de subversão da ordem política e social; propagar campanha discriminatória de classe, cor, raça ou religião; insuflar rebeldia ou indisciplina nas forças armadas ou nas organizações de segurança pública; injuriar, caluniar ou difamar os Poderes da República ou os seus respectivos membros; propalar falsa informação, pondo em Juízo a ordem pública, econômica ou social; incentivar a prática de rebeldia, desordens ou manifestações proibidas. Tudo, como se vê.

12. Medidas, porém, dispensáveis, pois repetitivas do que já consagram a Lei de Segurança Nacional, a Lei de Imprensa e, especificamente, o Decreto-Lei n.º 233 de 28 de fevereiro de 1967 que complementa e modifica a Lei n.º 4.117, de 27 de agosto de 1962, o nosso conhecido Código Nacional de Telecomunicações;

13. a Portaria n.º 312, de 16 de agosto de 1965, é a chave de ouro desse sistema de controle da programação do rádio e da tevê. Por seu intermédio, o Conselho Nacional de Telecomunicações, da Presidência da República, editou as "Normas Relativas a Programas e Horários da Radiodifusão", estabelecendo a finalidade da programação, a organização (estrutura) dos programas, o horário para menores de cinco a 18 anos e o que nesse horário pode ser feito e não pode ser feito, e dito, e não dito, o exercício da propagação eleitoral e a disciplina dos demais horários concedidos; regras para a classificação de espetáculos para menores, a listagem dos aspectos sob os quais serão examinados os espetáculos destinados a menores, os aspectos sob os quais serão examinados os espetáculos em geral assim: mensagem, impressão final, cenas ou situações, diálogos, personagens, valor educativo, capacidade de compreensão, sensualidade, vulgaridade e baixezas, família, religião, civismo, senso social, sentido do dever, verdade, crime, violência, medo e angústia. Por fim, as Normas fazem recomendações, como: "são aconselháveis para menores em geral: os espetáculos que concorram para estimular o respeito pelos valores familiares e a união da família. Exaltem o amor à Pátria e os sentimentos de fraternidade para com os outros povos, suscitem o respeito por toda e qualquer religião, mostrem o triunfo final da verdade e da honestidade, glorifiquem as boas ações e os atos de heroísmo, contenham para os diversos níveis de idade elementos de caráter educativo, morais, culturais, sociais, científicos, artísticos, folclóricos, históricos etc. Do ponto de vista da sexualidade, é admissível tudo que uma criança ou um adolescente possa observar num ambiente familiar de sã moralidade, desde que não se dê demasiado relevo a essa apresentação". E assim, nesse despacho, seguem as recomenda-

ções, para adolescentes de 14 a 18 anos, para crianças de 10 a 14 anos, para crianças de cinco a 10 anos;

14. cômica, se não fosse trágica, é essa legislação quando vêm à tona os interesses estrangeiros:

14.1 o Decreto n.º 544, de 31 de janeiro de 1962, determina a proporcionalidade de programas estrangeiros e nacionais, mas exclui da categoria de estrangeiras as reportagens telejornalísticas, os desenhos animados, dispensados esses até da dublagem;

14.2 o mesmo decreto determina a obrigatoriedade de um filme nacional por semana, desde, porém, que não exceda a 50% do preço médio de filmes para tevê, estrangeiros, de idêntica categoria...

14.3 o mesmo Decreto n.º 544 considera como "programação ao vivo" a gravação, no Brasil, de vídeo-tape, e o Decreto n.º 52.288, de 23 de julho de 1963, estabelece que toda estação de rádio e televisão é obrigada a transmitir programação ao vivo, assim considerada "aquela que compreenda a presença física das diferentes categorias de profissionais e subordinada às finalidades educacionais e culturais, visando aos superiores interesses do País"; as emissoras de televisão situadas nos municípios de população igual ou superior a um milhão de habitantes, ficam obrigadas a manter programação ao vivo em cada um dos seguintes horários: de 8 às 12 hs., das 12 às 16 hs.; das 16 às 20 hs., e das 20 às 24 hs., mas, considera como ao vivo, os programas tipo rádio-escola, os filmes noticiosos e de reportagem, mesmo estrangeiros, e os desenhos animados...

15. o tempo destinado à publicidade comercial é limitado a um máximo de 25% da programação diária da emissora; não deverá exceder de 15 minutos em cada intervalo de 60 minutos, entre horas exatas;

16. as emissoras são obrigadas a manter em seus arquivos, por um prazo de 60 dias, devidamente autenticado pelo responsável, todo o roteiro da programação irradiada, incluída a publicidade comercial, discriminado por dia e tempo, para ser consultado pelo órgão fiscalizador, quando necessário.

3. O estatismo — censura e violência

Conclui-se que a propriedade dos canais é da União, explorados por particulares, por fundações e pelo próprio poder público como concessão, a tempo determinado, mas rescindível a qualquer momento, com a suspensão ou cassação da exploração do canal, por vontade do poder concedente, sem que ao concessionário seja facultado recurso ou direito à indenização. Fica com a iniciativa privada a propriedade das válvulas, os altos investimentos em equipamentos e na geração dos programas, os altos investimentos e dispêndios que haveriam de ser cobertos, saldados e transformados em lucro, às vezes altíssimos,⁶ pela publicidade, pela comercialização do tempo. Mas o Estado não se limita a conservar em suas mãos a propriedade do canal, e assim controlar a empresa cuja vida depende dessa concessão; esse mesmo Estado vai adiante, determina os padrões dos programas, estabelece o que pode ser dito e o que não pode ser visto; classifica os programas mediante critérios subjetivos de moralidade, civismo e interesses de segurança nacional, subordina às emissões a esse tripé cujo conteúdo só é permitido aos censores; paternalisticamente assume a defesa do cidadão brasileiro que jamais adquire maioridade psicológica, e se dá ao luxo de graduar a moralidade, os bons costumes, o civismo e a segurança. Segundo esta graduação, algumas coisas são permitidas às 12 horas, outras às 15, outras às 19, outras às 20, outras às 22, outras ao final da noite, outras nunca, assim como antes já disciplinara o que é permitido ao jornal e proibido à televisão, o que é permitido à televisão e proibido ao rádio, e vice-versa, assim como o que é permitido ao teatro e proibido ao cinema, o que é permitido ao cinema e proibido ao rádio e à televisão.

Tem-se, assim, uma moral topográfica e uma moral cronológica.

O estatismo, ao qual nos referíamos, deriva do encontro do sistema jurídico das concessões com o controle do conteúdo das emissões, que, entre nós, chegou a tal ponto que,

rigorosamente, todo programa de televisão, quanto de rádio, deveria ter a assinatura, além de seu produtor ostensivo, a do censor oculto, que não se limita a cercar a liberdade de criação do profissional, mas interfere no texto, no andamento, no discurso, enfim, transforma-se em co-autor não convidado.

A censura — não a autocensura, maior ou menor à face do quadro político, mas sempre presente — abarca todos os meios da manifestação artística e ela que já tornara impossível a esses veículos a existência como instrumento de formação de opinião, inviabiliza o exercício da informação, seja mediante o controle do rádiojornalismo e do telejornalismo que a legislação ironicamente exige dos veículos, seja no controle do discurso.

O rádio-ouvinte brasileiro sem acesso aos jornais gráficos ainda hoje ignoraria a morte de João Goulart, tanto quanto ainda hoje o tele-ouvinte ignoraria a mensagem com a qual o Gen. Sílvio Frola se despediu do Ministério do Exército.

Ocorre, porém, que o ato de censurar não é apenas cirúrgico, no sentido extirpante, mas é igualmente seletivo, induzente. Proibir, assim, é uma forma de indicar o que é permitido; proibir o Ballet Bolshoi é uma forma de permitir os Kojaks, os Baretas, os Swata.

Proibir o "Roque Santeiro", interferir no andamento de "Duas Vidas", determinar o que pode ser apresentado nos documentários, e como pode ser apresentado, é uma forma insidiosa porque dissimulada, de conduzir nossos diretores à aquisição dos enlatados, mais baratos, e sem qualquer sorte de contestação pela censura, embora carregados de violência, como os policiais de todos os gêneros que dominam a televisão brasileira. Mas esses policiais são permitidos, e pode-se dizer que, até, estimulados, porque a violência é uma forma de conduzir à alienação, que interessa ao Estado e, assim, é também perseguida pelo concessionário, porque, ademais, é barata e não questiona a realidade social brasileira, na qual quase sempre termina por reavaliar o autor nacional, seja o novelista, seja o humorista, seja o comentarista.

Permitir Swat é ajudar na formação da boa imagem do "Eaquadrão da Morte" brasileiro. Trazer para nossos lares os

horrores do outro mundo, é apenas jornalismo. Violência seria informar que o engarrafamento da Av. Marquês de São Vicente, no Rio de Janeiro, se deveu a uma greve de estudantes da PUC.

Violência é a filha do INPS.

Desde que o Estado que exerce o estatismo é um Estado autoritário, esse estatismo é reforçador tanto do autoritarismo quanto da repressão que o alimenta e que o sustém.¹⁶ Esse reforço — e todo esquema de Poder é reforçador dos valores sociais, dependente pois do conservadorismo — se exerce também na interferência sobre o discurso da radiodifusão, daí a preocupação com as novelas, aquele raro momento em que o telespectador, livrando-se dos enlatados norte-americanos, se põe, se poria, em contato com a realidade brasileira. Mesmo a propaganda (e ninguém se esqueça de que "Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada") é uma forma de reforço dos valores, e a técnica da indução pela repetição é consagradora do conteúdo reiterado. Essas técnicas de controle do discurso, visando ao reforço dos valores sociais — o Poder depende da sustentação do status quo — se completa no sistema macrocefálico, que é extensivo na economia, mas que deriva de uma opção política.

III — A MACROCEFALIA

1. A intencionalidade

A macrocefalia, característica do sistema brasileiro, ficou mais conhecida pela política dos conglomerados econômicos, forma encontrada pelos últimos governos para estabelecer o mais efetivo controle sobre a economia. Mas fórmula que é a matriz para todo o sistema, inclusive o político, pois, no plano institucional a macrocefalia corresponde à destruição das autônomias municipais, desde o poder político municipal até à

administração estadual, dependente da União, seja em recursos, seja em nível de composição e decisão. Na área da comunicação, seu objetivo é impedir a emergência do pensamento criador fora dos centros emissores sobre os quais o Estado tem controle, e impedir a relação homem-meio tornando a realidade inacessível, e, daí, determinar a alienação, base de apoio do status quo, de cuja inquestionabilidade deriva a segurança do Poder.

No plano político a mesma macrocefalia, aí com a ajuda do controle econômico e dos meios de comunicação de massa, impede o surgimento de lideranças locais, comprometidas com o meio, a terra e a gente, para, em seu lugar, do plano federal ao municipal, passando pelo estadual, impor o sistema da liderança-burocrática, mediante o qual não é o povo que escolhe sua representação, mas é o Poder, no caso o Poder central, que estabelece quem vai liderar quem.

A macrocefalia do sistema brasileiro de radiodifusão, macrocefalia procurada pelo Estado, é instrumento destinado a efetivar o controle sobre os meios de comunicação, e, assim, o controle efetivo sobre o conteúdo das emissões. Controlando apenas duas centrais de produção, a central Globo e a Tupi, o Estado brasileiro tem o virtual controle sobre tudo o que ao ar podem levar 40 dos 51 canais concedidos ao sistema da iniciativa privada. Por seu turno, controlando vários canais, dispondo de vários compradores, as redes têm seus custos operacionais divididos e multiplicada a lucratividade. Está-se, assim, em face de um sistema econômico-político que interessa a todos, ao Estado e à iniciativa-privada, embora dessirva ao povo brasileiro que uma vez mais se vê afastado dos indicadores de sua identidade, substituídos pela programação estandardizada que brota do "sul maravilha" e que lhe é imposta primeiro pelas redes, depois pelas cadeias.

O que parecia uma tendência oligopolista alimentada pela busca de poder político e lucro, objetivos da iniciativa privada, institucionaliza-se como proposta de governo.

Discute-se já o anteprojeto do novo Código de Telecomunicações, que não será mais Código, mas Lei das Telecom-

municacões. Nele se lê essa inovação lamentável, inscrita no seu Art. 164, verbis:

"Art. 164 — É admitida (ressalvo o grifo) a participação de entidades exploradoras de serviços de radiodifusão em redes para:

- I — atender aos interesses da integração nacional;
- II — reduzir os custos operacionais;
- III — elevar a qualidade da programação.

§ 1.º — A participação a que refere este artigo não pode gerar uma situação de subordinação nem importar na alienação dos poderes de administração e gerência ou da responsabilidade pela execução e orientação intelectual e administrativa do serviço.

§ 2.º — Os contratos pelos quais uma estação geradora ou produtor credenciado cede os seus programas ou autoriza a sua retransmissão, em caráter habitual, devem ser submetidos (ressalvo o grifo), dentro de 15 (quinze) dias, da sua assinatura, à homologação do Ministério das Comunicações".

Mas neste País os regulamentos, da alçada administrativa, foram criados para irer além da lei, e sempre pioram, quando inovam. Já está pronto o Regulamento dessa lei que ainda não existe. E nesse regulamento, o que a lei admitia (a existência de redes) se transforma em estímulo, pelo MINICOM enquanto o controle dos contratos que na lei seria obrigatório ("os contratos"... "devem ser submetidos") transformam-se numa faculdade do poder público. Leia-se seu artigo 115 e faça-se a comparação necessária;

"Art. 115 — É estimulada (ressalvo o grifo) a constituição de redes de radiodifusão de sons e imagens em âmbito nacional ou regional, visando:

- I — atender aos interesses de integração nacional;
- II — reduzir os custos operacionais;
- III — elevar a qualidade da programação.

§ 1.º — A participação das emisoras em redes a que se refere este artigo, não pode gerar uma situação de subordinação nem importar na alienação dos poderes de administração e gerência ou responsabilidade pela execução e orientação intelectual e administrativa do serviço.

§ 2.º — O Ministério das Comunicações poderá (ressalvo o grifo) requisitar, para apreciação, os contratos pelos quais uma estação geradora ou produtor credenciado cede seus programas ou autoriza a sua retransmissão".

2. O transistor, a revolução frustrada

O papel do sistema macrocefálico é facilmente demonstrado pelo fracasso de um processo que se supunha atomizante, a revolução do transistor, que afinal não houve.

Esperava-se que o transistor violentasse as barreiras da cultura e que, levando a informação aos rincões mais longínquos do globo, conduzindo a notícia do que ocorria no mundo ao interior da Amazônia, da China e da Índia, terminasse por promover as populações rurais. Viu-se, porém, que o meio não é o conteúdo, isto é, que todo meio potencialmente controlável depende não de sua tecnologia, que não se autonomiza, mas do controle que sobre essa tecnologia é exercido. Viu-se, uma vez mais, que a modernização pode ser conservadora. É verdade que o transistor tornou a recepção do rádio acessível a uma parcela majoritária da população que jamais conheceria esse meio enquanto ele dependesse da tecnologia das válvulas. Mas, simultaneamente, o mesmo processo que nos trouxe a technicalidade do transistor, trouxe a nova tecnologia dos emissores, trouxe as redes, trouxe os computadores e a produção em massa de programas em fitas magnéticas. Não basta, pois, transferir, ou importar, a technicalidade, porque ela não traz consigo o conteúdo. A questão é saber quem é o sujeito do processo, quem dispõe do poder de determinar o conteúdo. Em outras palavras, a technicalidade do transistor só seria revolucionária se ela estivesse a serviço de um conteúdo revolucionário. Mas, como pretender um Estado revolucionário? Aquela mesma technicalidade, pois, poderia estar a serviço tanto da promoção do homem brasileiro quanto da sustentação do status quo. Qual a emissão que o transistor tornou acessível à maioria esmagadora da população?

3. A importação de tecnologia

Abra-se um parêntesis para análise a processo curioso do modelo brasileiro e quizá latino-americano: a má absorção de tecnologia.

Tudo o nosso desenvolvimento, industrial e cultural, se pletiva mediante a importação de modelos de modernização que nos chegam, como verdadeiras caixas-pretas, dos centros hegemônicos. E entre nós são implantados, em face dessa origem, sem qualquer apelo ao raciocínio crítico e a despeito da nossa realidade. Assim, foi o modelo brasileiro de industrialização, assim o modelo brasileiro de radiodifusão. Assim a frustrada revolução do transistor que nos levou da democracia dos amplificadores, dos serviços de autofalantes, à ditadura dos disquetes e das fitas-magnéticas. É o que intentaremos explicar.

3.1. A modernização e serviço do conservadorismo

Antes, o contato do homem do campo com sua realidade se fazia mediante a feira, o cordel e o serviço-de-autofalantes, o encontro e a vida em torno da Praça, todos comprometidos com seu entrelaço, e assim, reforçadores de sua identidade. Qual era a temática do Cantador e da amplificadora senão o dia-a-dia de sua vida? As tricas e futricas da política local, o delegado e o vigário, o futebol e as "mensagens sonoras", o casamento e o enterro. Esses serviços retransmitiam as festas e os comícios, pois eles existiam nesse então, divulgavam as notícias locais e as recebidas pelo rádio, vindas da capital, promoviam os primeiros locutores, os redatores, lançavam os cantores. O rádio moderno — e aí independeu do transistor — que viria destruir com os sistemas de autofalantes, cedo também se teria de desfazer-se do broadcasting, o auditório, a orquestra, os cantores e até mesmo do rádio-teatro, absorvidos pela televisão com cuja concorrência, antes restrita ao

eixo Rio—São Paulo, teve de arcar em todo o País a radio-difusão sonora, principalmente a partir da década dos 60. As amplificadoras do interior alimentavam com cantores, "radioatores", locutores, operadores, repórteres e redatores as emissoras que dominavam as capitais, enquanto constituíam o elemento por excelência de integração do homem com sua comunidade. Os modernos processos tecnológicos, primeiro, levaram as emissões para o interior — sejam as emissões potentes e os receptores aperfeiçoados, seja o barateamento dos equipamentos possibilitando a interiorização do rádio, e segundo, com a televisão, em sua face inicial, regional, sem o recurso ao videotape ou o concurso da transmissão em cadeia, impuseram a adaptação do rádio ao novo papel imposto pelo meio emergente.

O **broadcasting** das emissoras de rádio vai alimentar as nascentes emissoras de televisão, e as emissoras de rádio, não podendo enfrentar o "espelho mágico", especializam-se em esportes, noticiários e música, esportes e notícias da Capital, música da metrópole. Depois, nem isso. Fazendo o caminho inverso das emissões de rádio — as ondas curtas, que primeiro partiram do eixo desenvolvido cobrindo todo o país com seus discursos, para depois se instalarem nas capitais e por fim se espalharem no interior, para só então retornarem ao centro, mediante a padronização das emissões —, as televisões, antes estaduais, se nacionalizam. O videotape acaba com a produção local de novelas e espetáculos, permitindo a todo o País o acesso aos programas gerados no Rio—São Paulo; a rede, o sistema nacional de microondas, possibilita a transmissão simultânea, em cadeia, e as emissoras fora do eixo desenvolvido se transformam, efetivamente, em simples repetidoras. Esse processo começa a romper com a identidade do homem do campo. O que se ouve em Bagé, ou em Juazeiro do Norte, não é o que interessa ao homem de Bagé ou Juazeiro, mas a programação que interessa ao rádio-ouvinte de Porto Alegre e Fortaleza, para quem as emissões são dirigidas. São os interesses urbanos e das metrópoles que conduzem a publicidade, o noticiário da emissora de rádio. O homem de Bagé e o de Juazeiro ficam sabendo dos últimos

acidentes de trânsito em Porto Alegre e Fortaleza, das novidades comerciais, ouve Rock e Twist ao invés de Baião, mas de nada é informado sobre a política de Bagé, os negócios de Bagé. A Alienação em plano estadual, formulada pelo rádio, seria levada ao paroxismo pela televisão, trazendo para nossos lares o que se sucede em Moscou e Nova Iorque, mas nos impedindo de saber o que está ocorrendo em nosso País, em nossas cidades, ao nosso lado. A falsa aldeia global, que, pela alienação, se revelou reforçadora da galáxia gutenberguiana. E a televisão, rompendo o elo que unia a comunidade, separa os homens, e substitui o seu cotidiano pela alienação na programação estrangeira, descaracterizadora de nossos valores e de nossa cultura.

A programação nacional que substitui a programação local não é sequer brasileira; ao contrário, o mundo da levê é um mundo importado, falso, sem contato com nossos valores, violentador de nosso caráter, desvinculado de nosso homem, de nosso País, de nossa história, formadora, pela assimilação da cultura dominante, alienígena, de uma mentalidade dependente, ou da consciência ingênua, que leva o dominado a expressar, contra seus interesses, os valores da cultura dominante. A convicção de que tudo o que é bom vem de fora tem indistigável conteúdo político e ideológico, com reflexos na educação, na arte, na linguagem, no pensamento criador. Portanto, na dominação da cultura brasileira.

4. O império da cidade sobre o campo

Outro capítulo poderia ser escrito a propósito tanto do massacre das culturas rurais pelas urbanas — e o rádio é crescentemente urbano — quanto do esmagamento das culturas de baixa transmissão, o folclore, o cordel, a cultura indígena, sem hora e sem vez na parafemália da indústria cultural.

E, aqui, usou-se o termo folclore com agudo receio de interpretação, pois, o que se conhece, entre nós, é a extrema

manipulação das manifestações populares de cultura pelo aparelho estatal, os meios de comunicação de massa, agências de turismo e publicidade, e mesmo pelas empresas multinacionais, ao passo em que cada vez mais se restringe o espaço urbano cedido àquelas manifestações, não apenas a ambiência física, mas o tempo dos canais. Quando a Praça e os meios de comunicação de massa se abrem a essas manifestações, estão estereotipando aquelas manifestações, ou reforçando a visão estereotipada, recebidas qua são pelo exótico, pelo distante de nós, pelo estranho em face de nosso entrincho, pois, a festa da entrega do Oscar está mais próxima do brasileiro urbano do que o Bumba-meu-boi.

Os programas locais das televisões, uma descendência do rádio, assim, desaparecem, cedendo vez, como vimos, ao videotape e à cadeia nacional. E agora, graças ao milagre da telecomunicação, o brasileiro ausente do eixo Rio—São Paulo recebe a programação produzida para aquele eixo, programação na qual evidentemente não interfere. Aliás, essa programação estandardizada, produzida nos laboratórios do Rio—São Paulo, não é produzida para ninguém, mas para um ser ainda não existente (diabolicamente a televisão está produzindo o seu telespectador), mas em processo de fabricação, o brasileiro colorido, alienado, sem identidade, sem compromisso com sua cultura, produto da rede nacional de televisão.

O quadro das emissoras de rádio e das emissoras de televisão não encerra lições distintas. Um enlatado de televisão, norte-americano evidentemente, custa, no Brasil, cerca de 4 mil dólares e sua projeção, por maiores que sejam as adaptações que jamais são levadas a cabo, não supera a casa dos 8 mil dólares, ou 100 mil cruzeiros. Em contrapartida, qualquer "Globo Repórter" custa um mínimo de 500 e um máximo de 1 milhão de cruzeiros, além de cinco sessões de censura e muitos metros de corte. Resulta mais em conta a importação do enlatado e a diluição do preço pelas retransmissões das subsidiárias e filiações. Por isso, todos os canais da rede Globo retransmitem as emissões de sua central no Rio, o mesmo acontecendo com as filiações da rede Tupi; a sobrevivência de

Record, tanto da Bandeirantes, está na dependência de sua capacidade de organizar-se em rede e assim está explicado por que não veio ao ar a TV do Jornal do Brasil.¹¹

Que foi feito dos interesses dos demais Estados? De seus interesses culturais? De seu povo? De sua gente? De sua cultura?

Próximo é o esquema das emissoras de rádio que recebem de suas matrizes, ou de seus fornecedores, das centrais produtoras, fitas gravadas com a ajuda de computadores e que são retransmitidas por todo o País. O maior orgulho da Rádio JB de Belo Horizonte é ser uma rádio igual à JB do Rio, cuja trilha sonora repete, cuja fonética repete, cujos caçoais repete, orgulhosa e vã. E é por isso que os nordestinos estão a ouvir jazz, tox, rock e twist em lugar de xote, baião, xaxado e samba. Breve, os Luiz Gonzagas serão reliquias dos museus de som, se antes de nós os **brazilianistas** não os recolherem. Antes, a Europa nos devolvia o nosso algodão transformado em linha **Corrente** ou fazenda; hoje, os Estados Unidos nos mandam os **brazilianistas** ensinar a melhor maneira de escrever a história deste País. Por seus olhos é que nos enxergamos. Mas não nos purificamos quando denunciemos a hegemonia, pois ela dificilmente se exerceria sem o nosso concurso. A livre-concorrência, ou a concorrência-perfeita que abre as portas às multinacionais em nome do **liberalismo econômico** é o **livre-cambismo** que deu as bases do **imperialismo inglês**, graças ao qual nossa industrialização foi retardada por quase um século.

5. A questão da língua

A dominação e as sotações sobre o conjunto da sociedade, exercidas ora pelas metrópoles exógenas, ora pelos centros internos desenvolvidos — que se manifestam pelo tradicional controle sobre a língua escrita, se efetiva e chega às raias da exacerbação mediante o controle da linguagem oral e sua imposição sobre o resto da sociedade, como for-

ma de dominação primeiro cultural e depois política. Como adverte Antonio Houaiss,²² a intervenção dos meios de comunicação de massa, os novos instrumentos de divulgação e informação substitutivos dos recursos gráficos — “corre(m) cada vez mais o risco de veicular cada vez mais divulgação não brasileira — já que a adaptação de matrizes não brasileiras é muito menos onerosa que a elaboração própria. Ora, quando se postula o bom combate em defesa da cultura nacional (nela incluídas as subculturas [no bom sentido] regionais), a proposta não deriva de meros sentimentos nacionalistas ou xenofóbos: deriva do fato de que, numa cultura nacional, ainda que acasos eivada de setoposições, se busca expandir crescente qualidade de vida, tão homoganeamente quanto possível, enquanto, do outro lado, se sente, se vê, se mede que uma cultura dominada se acompanha de regrada degenerescência quantitativa e qualitativa da vida de seus integrantes”.

A língua é um dos mais importantes fatores de unidade política. Foi em torno de sua língua que se armou o Império Romano. Ao traduzir a Bíblia para um determinado falar germânico, Lutero tornou possível a unidade do futuro império que se construiu a partir e em torno daquela Bíblia-cartilha mediante a qual seus povos foram alfabetizados, processo que de certa forma se repetiria na colonização americana, com a correspondente inglesa daquele livro. A unidade francesa muito deve a Napoleão que cedo compreendeu a necessidade de eleger como nacional um dos falares parisienses. E longe dessa compreensão, entre nós, não ficou Pombal, embora fosse o latim a língua sagrada e o francês a língua culta, relegado o português a misteres menores.

Que língua é essa que o rádio e a televisão Impõem ao Brasil, uniformizadamente? É aquela para a qual convergiriam todos os nossos dialetos no curso da tendência natural à unificação? Ou, trata-se de uniformização artificial, imposta mecanicamente, por aqueles meios, às custas das padelas, e, assim, resultado da dominação do centro-sul (e por seu intermédio das culturas estrangeiras que refletem) sobre o resto do País?

A questão não se restringe às limitações opostas à cultura brasileira pela vasta e conhecida tela de subordinções internacionais. Há que considerar dois outros aspectos, ponderáveis, imbricados entre si, ou seja, a subordinação das culturas rurais ao império dos interesses urbanos de par com o controle dos meios — a tecnicidade — transmissores das manifestações culturais. Se a sua tecnicidade — o controle de seu saber e o acesso ao seu instrumental — depende das relações da periferia com a metrópole internacional, o conteúdo do que é transmitido reflete o interesse não do urbanismo, mas de determinado urbanismo, aquele do centro-sul, do que decore a sítio de toda a sociedade brasileira, proeminência na qual a sociedade urbana brasileira desenvolvida é, ao tempo em que agente de dominação sobre o resto do País, objeto da proeminência estrangeira.

A ação do centro-sul sobre a periferia reflete o mesmo caráter de dominação do centro internacional e multinacional sobre o conjunto do País, e, desse ponto de vista, realiza um processo de imperialismo cultural.

De outra parte, ao reforçar a linguagem oral contra a cultura escrita, não está o sistema se opondo a um cânone, camisa-de-força-elitista, anti-povo, mas impõe um outro cânone, uma outra língua, uma determinada expressão oral, acultural e supercultural porque acima de todas as culturas e descaracterizadora dessas culturas, de sorte a realizar, entre nós, às avessas, a revolução de Lutero. Quero dizer o seguinte: na medida em que impõe uma língua que não é o reflexo da realidade do cotidiano, institui um processo de comunicação que reforça o divórcio do homem com seu meio, aquele no qual vive, trabalha, produz e ama, e assim, não o identifica, ao contrário, o descaracteriza, quando o desenraíza de sua cultura e de sua história. Ao perder a sua identidade, a língua é talvez o principal instrumento de sua integração, o homem se transforma em um número, um ser movente mas não pensante.

Não é possível pensar a humanidade sem uma cultura, tanto quanto é impossível uma humanidade sem linguagem; mas é igualmente impossível dissociar língua e cultura, e in-

terferir numa é a maneira de alterar o caráter da produção da outra.

Não me pareça um mero acaso, e dela ou não absolveria nem o Estado nem os meios de comunicação de massa, a inanição de parcela talvez majoritária de nossa juventude dita culta — universitária e pré-universitária — sem vocabulário ou com universo vocabular paupérrimo, no qual a pobreza das palavras se recompõe na multiplicação sinonímica (quando não mímica) que transforma esse falar em uma língua de iniciados. Da pobreza do falar resulta a pobreza no pensar e, daí, do conhecer; não saber dizer, falando ou escrevendo, é também não saber (não poder) refletir, é também não saber, isto é (poder) questionar; é alienar-se, é abstrair-se do mundo e do tempo. A incapacidade de comunicação vernacular resulta na incapacidade de pensar, e é dessa forma que o sistema impede o pensamento crítico. Aos cultos, a norma culta, canônica, camisa-de-força, castradora, cerceadora da criação; aos pobres, a civilização ágrafa que os afasta da cultura; aos jovens que poderiam ser cultos — e críticos — a miséria vocabular que coarctava o raciocínio.

E, ademais, como pretender que o colonizado e o oprimido, que o subdesenvolvido, se desenvolva, se ele não construir sua própria teoria política, forçosamente uma teoria política de libertação, que ele não escreverá se não dominar a linguagem escrita?

6. O paroxismo da macrocefalia

A macrocefalia, instrumento mediante o qual o Estado efetiva o controle da informação e do entretenimento, atinge seu paroxismo na rede nacional de rádio e tevê, quando obtém o esmagamento das manifestações culturais autóctones, das manifestações políticas autóctones. O esmagamento do seu falar, e do seu pensar, mediante a imposição de um falar nacional.

Sã os canais formadores de opinião, veiculadores da informação, são repetidores das emissões das centrais, enlatados ou emissões em cadeia nacional, como esperar que a

comunidade tenha acesso a esse veículo? E como esperar que esse veículo tenha qualquer sorte de integração com sua realidade? Está vedada toda a possibilidade de manifestação cultural que não seja a produzida dentro dos centros geradores do Rio e de São Paulo, aqueles sobre os quais o Estado exerce a vigilância centralizadora.

IV — 1. PRIVATISMO X ESTATISMO — O CARÁTER DO SISTEMA BRASILEIRO DE RADIODIFUSÃO

A querela entre o privatismo e o estatismo, em radiodifusão, tem um divisor de águas: o liberalismo. Compreende-se a vantagem do sistema estatal — como o francês e o inglês — fazendo da televisão um veículo essencialmente cultural, mas, teme-se sua utilização como instrumento de massificação e sufocação da vontade popular, seja por meio da unilateralidade da informação, seja mediante a simples ausência da informação. De outra parte, o privatismo — modelo norte-americano — pode transformar a televisão em veículo, o mais eficaz de informação, dando ao homem médio o poder decisório perdido pela massificação, mas pode também, mesmo livrando-se da ditadura do Estado, cair sob a ditadura do anunciante, graças a qual o produto da televisão não é o programa, mas a audiência, que determina a programação de mídia.

Qual o sistema brasileiro?

O somatório das desvantagens de um e de outro, livre dos méritos. Nem a liberdade do sistema privado, nem a opção cultural dos sistemas estatais; mas o controle do Estado de par com a subordinação de toda a programação aos interesses da publicidade, num quadro que, em face da alta competitividade tecnológica, tende do oligopólio ao monopólio privado.

2. O objeto das emissões

Para o sistema brasileiro de tevê o povo é uma abstração. O que existe é o anunciante e o produto.

Examinemos como dia típico, a quarta-feira, 26 de outubro de 1977.

Nesse dia, a audiência da TV Globo, no Rio de Janeiro, calculada com base em 1.557.673 domicílios com tevê foi a que se segue:⁴²

Programa	Audiência	N.º Médio do Assistente	Classe Sócio-econômica
novela — 19 hs	77%	2,7	A-B : 34% C : 34% D : 32%
jornal nacional	75%	2,6	A-B : 44% C : 34% D : 22%
novela — 20 hs	60%	2,8	A-B : 42% C : 35% D : 23%
quarta-nobre	39%	2,7	A-B : 43% C : 34% D : 23%
novela — 22 hs	59%	3,1	A-B : 41% C : 34% D : 25%
filme — 23 hs	24%	3,1	A-B : 43% C : 33% D : 24%

BASE: domicílios com tevê — 1.557.673

RENDA: Critério de Público

Classes: A — acima de Cr\$ 15.000,00

B — acima de Cr\$ 8.000,00

C — acima de Cr\$ 3.000,00

D — a partir de um salário-mínimo.

Verifica-se, no horário das 19 hs às 23 hs, no canal Uder em todo o País, a concentração do público telespectador entre as chamadas classes C e D isto é, lares (até três pessoas empregadas) com renda familiar variável entre um salário-mínimo (no Rio de Janeiro f.108,80) e 3 mil cruzeiros. Esses dados devem agora ser cruzados com a renda média da população brasileira. Segundo o IBGE, Superintendência das Estatísticas Primárias,¹⁴

	de 0 a 1/4 salário-mínimo	
6,16%	de 0 a 1/4	" "
19,32%	de 1/4 a 1/2	" "
23,74%	de 1/2 a 1	" "
32,17%	de 1 a 2	" "
11,12%	de 2 a 3	" "
6,67%	de 3 a 5	" "
2,51%	de 5 a 7	" "
1,89%	de 7 a 10	" "
1,35%	de 10 a 15	" "
0,79%	de 15 a 30	" "
0,13%	de mais de 30	" "
0,16%	não revelaram.	

Donde, podemos afirmar.

- 88,50 da população brasileira percebem entre 234 e 2.212 cruzeiros;
- 2,27 da população percebem entre 7.742 e 11.060 cruzeiros, isto é, entre sete e 30 salários-mínimos;
- apenas 0,16% da população percebem mais de 30 salários-mínimos, ou seja, mais de 33 mil cruzeiros.

Análise a um horário específico confirma esse caráter de nossa tevê. Partindo dos dados relativos àquela quarta-feira, e tomando-os por base, estimamo-los como válidos também para análise da audiência do domingo. No horário compreendido entre as 22 e as 23 hs., como já sabemos, predominam os telespectadores cujas rendas familiares se enquadram entre as chamadas classes 'd' ($\pm 25\%$ do total da audiência) e 'e' ($\pm 34\%$), ficando com as demais classes 'a' e 'b' (a participação da classe 'a' é, numericamente tão insignificante, se isolada, que, para ser computada, tem de ser agregada à classe 'b') um total de apenas 21%. No domingo 27 de novembro, entre o último segmento do "Fantástico" e o policial "Barotia", e durante todos os intervalos desse programa, anotamos cinco conjuntos de publicidade dos seguintes produtos: 1.º intervalo comercial: Vienatone (aparelho dito eletrônico para surdez); "Vá ao sucesso com Hollywood"; maíde "Poesi"; Lojas Telerio (televisores a cores); Cartão de crédito Mesbla; Pavilhão de São Cristóvão (chamamento aos comerciantes para integrarem um ponto de venda coletivo durante o Natal); 2.º intervalo: Cigarros Premier; MIT (Mercado de tecidos atacadista aberto ao varejo); Lojas Telerio (agora aparelhos de ar-condicionado Philco); revista de motonáutica Vela e Moto; Sapatos São Francisco; longplei **Refeitança** (Gilberto Gil e Rita Lee); 3.º intervalo: Cigarros Mark Ten (100mm); Esso; óleos lubrificantes para automóveis; Adolpho Lindenberg; lançamento de edifício comercial no centro do Rio de Janeiro; Mesbla; cartão de crédito para comprar liquidificadores e bateadeiras de bolos Walita; longplei **Nina Internacional**, da Som Livre (grupo Globo) anunciando, entre outros, Al Johnson e Bing-Crosby; Cigarros Hollywood ("Vá ao sucesso...") anunciados por homens-pipa; 4.º intervalo: Lojas Temper (roupas finas para homens); vinhos para o Natal anunciados pelas Casas da Banha e Merci; convite para a festa do Dia Mundial da Propaganda, nos salões aristocráticos do Clube Caiçaras; Cigarros **Chancellor** (100mm); Poupança é na Dellim; longplei **Refeitança**; 5.º intervalo: Cigarro Galaxy **lip top** ("para V. que faz parte da minoria inteligente"); Vienatone; Dia Mundial da Propaganda no Clube Caiçaras e **Vodka Smirnoff**.

Considerando ainda válidos, para essa análise, aqueles dados disponíveis e já utilizados, conclui-se que o auditório objeto dessa excitação consumista era em sua maioria esmagadora (79% do total da audiência) constituído por telespectadores cuja renda familiar oscilava entre um salário mínimo e menos de 8 mil cruzeiros; desse total 25% possuíam renda familiar variante entre um salário mínimo e o máximo 3 mil cruzeiros.

Conclui-se que a televisão se satisfaz com uma faixa bem menor de público, bem menor que a atingida pelas emissões, e os penetras não são considerados, para efeito de programação, como se vê, por exemplo, da composição do perfil do telespectador do "Globo Repórter".

Numa audiência estimada em 18 milhões de telespectadores, 55% desse universo eram mulheres e 45% homens, sendo do total 63% com instrução primária, 29% com instrução secundária e apenas 8% com instrução superior.

A publicidade chega a estabelecer essa mesma abstração relativamente ao telespectador, pois, talvez não chegue a 20% do total o contingente dos que podem consumir os produtos oferecidos, com eficiência e tônica.

Considerando o público consumidor da propaganda estampada no mesmo horário, verifica-se que a emissão se destinava ao universo que está na faixa de renda compreendida entre 7 e mais de 30 salários mínimos, isto é, 4,16% da população total. As classes A e B da audiência tipo, responsáveis por 41,16% dos telespectadores, correspondem a 0,92% da população; a classe C, em média 34% dos telespectadores, corresponde a 13,34% da população; a classe D, em média 24,83% dos telespectadores, corresponde a 88,51% da população.

No entanto a televisão brasileira consome 40% do investimento publicitário do País. As emissões de rádio, que chegam a 80% dos brasileiros devem se contentar com menos de 20% daqueles investimentos. E os meios gráficos, que exigem leitura (jornais e revistas) seriam contemplados com 30%, taxa razoável em país de analfabetos. E os jornais, que não atingem a 10% da população, ficariam com 20% do total dos investimentos publicitários.

INVESTIMENTO PUBLICITARIO POR VEICULO (%)

VEICULO	1950	1960	1967	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976
Televisão	1	24	42	43	38,71	37,62	36,18	36,04	37,05	38,63	40,23
Jornais	25	18	15	16	23,43	24,17	25,11	25,18	23,92	21,82	20,06
Revistas	30	28	22	23	14,68	13,76	14,62	13,57	12,24	11,41	10,47
Rádio	40	23	16	13	14,84	15,33	16,06	16,51	17,83	18,74	19,53
Outdoor	3	6	4	4	4,12	4,54	4,66	4,77	4,52	4,73	4,58
Cinema	1	1	1	1	0,70	0,91	0,52	0,61	0,68	0,71	0,76
Diversos					3,52	3,34	2,83	3,32	3,10	3,96	4,25
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fontes: — 1950/1969 — J. W. Thompson

1970/1976 — Anuário Brasileiro de Propaganda 1976/1977

V — HAVERIA UMA CONTRADIÇÃO INTERNA NA MÁQUINA COLORIDA?

Desde que o próprio meio é, em determinado momento, a mensagem, ou em mensagem se converte — assim o rádio, assim a televisão, pelo simples existir, importam em influências no meio — o veículo termina falando para aquele público cuja audiência não interessa ao IBOPE. Falando pela simples presença, falando com a publicidade, falando com a transmissão de valores que perturbam determinadas camadas de audiência, pois o discurso, seja a novela, seja o noticiário, seja o entretenimento, faz uma pré-escolha do público e opta por um determinado segmento do universo telespectador, não necessariamente o maior possível, mas sem dúvida aquele que represente o maior poder aquisitivo dos produtos anunciados. Quando oferece à venda à minoria da Vieira Souto, um novo lançamento da Nova Ipanema, a televisão está também informando às multidões da Rocinha,⁷⁶ das Rocinhas de todo o País, que existem apartamentos com quatro quartos, piscina e sauna; a novela termina por descrever o estilo de vida de grã-finoagem que não precisa pichinchar⁷⁷ e a grande massa fica sabendo que o apêrto não é comum a toda a população; os noticiários que omitem nossa realidade informam como é a vida nos países que por outros motivos o sistema nos havia apontado como paradigmas. Se o meio leva ao consumismo, e ao consumo do próprio meio, a demanda não satisfeita pela grande massa telespectadora pode transformar-se em frustração e a seguir em violência, cuja explosão tem já uma fonte, ó coincidência, no autoritarismo e na reação social derivada da crise econômica.

Não se afirma que a televisão esteja, pelo efeito demonstração-multiplicador de contraste entre a realidade exposta e a realidade vivida, fomentando, ou podendo fomentar, ou dando a matéria-prima para a construção de uma consciência revolucionária; mas se põe em relevo que o processo de alienação acima descrito, cujo pólo é a classe média e a pequena-burguesia, pode ter uma contrapartida na frustração que terá provocado, que pode provocar, junto das massas que não têm

acesso aos bens expostos pela máquina colorida; afirma-se tão simplesmente que essa frustração pode ser um fermento de rebeldia, embora certa dose de violência possa ser desajudada pelo sistema, até os limites em que o controle se conserve em suas mãos.

A classe média que "suportou sucessivos aumentos do preço da gasolina e assistiu ao surgimento de restrições ao seu uso, viu cerceado o seu acesso ao crédito para a compra de bens de consumo duráveis, como automóveis e eletrodomésticos;" (...) e "teve restringido o crédito à compra de imóveis e ameaçado seu teto salarial",¹³ é e que se posta diante do bazerro dourado e recebe o estímulo para a viagem ao exterior que não mais pode fazer, para o último modelo de automóveis, que não comprará, para o cigarro de 100mm que não fumará, para o uísque anunciado pelo ator americano, que não beberá.

Sabe-se porém — informa a empresa ALPHA, especializada em pesquisas de potencial de mercado — que apenas 10% da população brasileira (12 milhões) constituem um mercado consumidor "realmente interessante".¹⁴ Esses 10% quanto representam no universo dos telespectadores brasileiros, universo que oscila, estimando-se todos os aparelhos ligados, entre 95 e 55 milhões? Quanto representarão ainda esses 10% no total de cada audiência de cada programa, isto é, de cada emissão publicitária?

Isso, como nos lembrava Oduvaldo Viana Filho, "exige um processo cultural muito intenso e muito sofisticado. É preciso embrutecer esta sociedade de uma forma que só se consegue com o refinamento dos meios de comunicação de massa, dos meios de publicidade, com um certo paisagismo urbano que disfarça a favela, que esconde as coisas".¹⁵

VI — A TEVE BRASILEIRA E A FORMAÇÃO DA CULTURA BRASILEIRA

A cultura resulta da relação dialética entre o homem e seu ambiente e define a sua maneira de pôr-se no mundo. Em um país como o nosso há uma cultura nacional no sentido

de que há um conjunto de valores de aceitação mais geral, de toda a nação ou comum a todas as nações brasileiras, desde que as diversas realidades implicam diversas manifestações culturais, manifestações que, contribuindo para a formação dessa cultura nacional, devem, todavia, ser preservadas e respeitadas em suas respectivas identidades. Queremos dizer que essa cultura pode ser o resultado do somatório de todas as diversidades regionais, e de suas divergências, como também pode ser a subposição de todas as manifestações sob o império daquela cultura mais poderosa e mais rica, não necessariamente no sentido antropológico. Se não há cultura sem tradição, transmissão, não há como discutir as questões relativas à cultura sem considerar os meios de sua tradição, no caso concreto, os recursos de comunicação de massa, de particular o rádio e a televisão. Nesse sentido, a própria intervenção do meio de comunicação de massa no processo comunicativo, isto é, no processo da tradição cultural, é uma intervenção estatal, com evidente conteúdo ideológico, porque os meios de comunicação de massa, em qualquer sistema, mas principalmente em sistemas estatizantes como o brasileiro, constituem sempre uma manifestação de Poder, isto é, integram o aparelho ideológico do Estado. Nesse sentido os meios de comunicação de massa quando interferem no processo da tradição cultural interferem como representação de uma daquelas manifestações culturais, não necessariamente a majoritária, mas inequivocamente aquela que reflete os interesses da classe dominante.

A ciência desse papel é fundamental na análise aos meios de comunicação de massa, pois, se, de fato, eles exercem esse papel de dominância de um determinado segmento cultural sobre o conjunto da sociedade, a cultura social deve ser entendida por nós como uma globalidade, como pertencente à sociedade como um todo e não como restrita aos interesses da classe dominante. O esforço, portanto, será o de levar os meios de comunicação de massa a veicularem os conteúdos das culturas da comunidade, de toda a comunidade, como realizando o processo de tradição do regional para o nacional, e o nacional o é não por ter vigência sobre todo o território,

mas por refletir a cultura de toda a nação. Das minorias inclusive.

Papel importante a ser exercido pela radiodifusão, na formação da cultura brasileira, será a desmitificação do arcaico como explicação geral, papel que o rádio, mas principalmente a televisão, pode exercer, até quando simplesmente se limita a mostrar outros modelos de vida e civilização: a comunicação misturando línguas, hábitos, costumes, credos, preconceitos, destruindo tabus, trocando experiências, eliminando no homem a mitologia, o mágico e o mítico.¹⁾

A tendência presente, todavia, é o reforço do arcaico e qualquer alternativa diversa dependerá das brechas que puder abrir dentro da consciência ideológica estatal. Ou seja, a harmonização do novo projeto aos interesses daquele segmento da sociedade brasileira que tem o controle da radiodifusão.

Propõe-se a atomização da macrocefalia.

NOTAS

- 1 - Hoje com três canais.
- 2 - Dados do Ministério das Comunicações atualizados até 10 de junho de 1976.
- 3 - Cf. Anuário Brasileiro de Estatísticas, IBGE, 1976; Discurso de posse de Mauro Salles na Vice-Presidência Executiva dos Diários Associados (in Jornal do Comércio de 09.11.77) e Relatório da Lintas Propaganda.
- 4 - É a seguinte a composição do Conselho Nacional de Telecomunicações, na forma do Decreto-lei n.º 78.921 de 07.12.76: 1) o secretário geral do Ministério das Comunicações, que é seu Presidente, e que dispõe do poder de dividi-lo em câmaras determinando o número de componentes destas; 2) o Diretor-Geral do DENTEL; 3) o Presidente da Telebrás; 4) o Presidente da ECT; 5) o

Presidente da Radiobrás; 6) um representante do Ministério da Justiça; 7) um representante do Ministério das Relações Exteriores; 8) um representante do Ministério da Educação e Cultura; 9) um representante do Ministério do Trabalho; 10) um representante do Ministério do Interior; 11) um representante do Ministério da Indústria e Comércio; 12) um representante da Secretaria do Planejamento da Presidência da República; 13) um representante do Estado-Maior das Forças Armadas; 14) um representante da universidade brasileira indicado pelo MEC; 15) um representante das entidades concessionárias dos serviços de radiodifusão; 16) um representante dos empregados das entidades concessionárias dos serviços de radiodifusão; e 17) um representante da Associação Brasileira de Telecomunicação — TELEBRASIL.

- 5 - Mas o Estado também pode interferir nas negociações e, até, na composição societária e no controle acionário das empresas concessionárias. Assim, por exemplo, quando forçou a participação do grupo Sílvio Santos no controle acionário da TV Record (SP), e quando levou o grupo Pimentel (PR) a desfazer-se de suas empresas.
- 6 - Tramita no Congresso Projeto-de-lei estendendo às TVs educativas e estatais a obrigatoriedade de retransmissão da **Voz do Brasil**.
- 7 - A estipulação de percentagens sobre o total da programação diária, e não por horário (o anteprojeto do novo Código cogita de um mínimo de 30% de produção regional) é uma farsa, posto que convida as emissoras a cumprir aquele percentual mediante, por exemplo, a programação matutina, ou em horário de baixa frequência, como após as 23 hs. (v. Item 15).
- 8 - Evidentemente, para efeito de fiscalização policial (v. Item 16).
- 9 - Está aí a Rede Globo da Televisão, trazendo para o subdesenvolvimento do Jardim Botânico, no Rio de Janeiro, os tempos de ouro (no caso, aliás, a imagem prateada) perdidos pela Hollywood dos anos 50.

10 - O poder censório-policial do Estado não se esgota no exercício daquelas medidas restritivas descritas de forma sumária no item 2. Ele vai além do que lhe permitirá o juridicismo, mesmo autoritário. "De ordem superior" qualquer funcionário da censura federal pode proibir temas, nomes e pessoas. Assim, por exemplo, o arcebispo de Olinda e Recife não pode ter acesso ao vídeo, nem ter seu nome referido em noticiário. Uma peça, como Calabar, não pode, sequer, ser objeto de propaganda paga. Conhece a Nação as conseqüências políticas, jurídicas e institucionais de um programa que, após 14 anos, com apoio em lei, a oposição conseguiu levar ao ar. O Caderno de Jornalismo, do Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Porto Alegre, em seu n.º 11, p. 14, sob o título "De ordem superior ficam proibidas notícias sobre..." nos apresenta um interessante resumo dessa categoria da censura "administrativa" e autônoma. "Nos últimos seis meses, os diretores ou chefes de departamentos de jornalismo das emissoras de rádio e de televisão do país passaram a receber com maior freqüência os telefonemas da censura. "De ordem superior, informo que..." E, então, são lidos textos vindos de Brasília, intencionalmente vagos e destinados a ampliar, ao máximo, a autocensura de profissionais que dependem do salário para viver; ou de diretores que dependem da manutenção de suas concessões para manterem suas emissoras funcionando. No interior do Estado, a censura é transmitida, onde não há funcionários da Polícia Federal, por oficiais do Exército.

Os atos de censura afastaram o rádio-jornalismo da cobertura dos fatos mais importantes da vida brasileira e desenvolveram nas redações das emissoras ou a aversão pelas notícias consideradas como "mais delicadas" ou um permanente exercício de escolha: "e isso, será que pode?".

Exemplos de atos da censura, nos últimos cinco anos:

5/6. De ordem superior, fica terminantemente proibida publicação de crítica ao sistema de censura, seu fundamento e sua legitimidade, bem como qualquer notícia, crítica ou referência, escrita, falada e televisada, direta ou indiretamente formulada contra órgãos de censura, censores, legislação censória, até posterior liberação.

5/6. De ordem superior, fica proibida qualquer notícia referente sobre processos relativos a oficiais intendantess do Exército e Aeronáutica, em tramitação na justiça.

8/6. De ordem superior fica mantida a proibição de notícias referentes a sucessão, inclusive transcrição de outros jornais, principalmente evitando divulgação de nomes de prováveis candidatos.

13/6. Por ordem superior, ficam proibidos rádios, tvs e outros de darem divulgação ao encontro do Presidente Médici com o general Geisel.

15/6. De ordem superior, fica expressamente proibida divulgação de qualquer notícia concernente à entrevista do secretário geral ou membro da Conferência Nacional dos Bispos Brasileiros.

26/6. De ordem superior, fica proibida divulgação por qualquer meio de comunicação qua a Câmara Municipal de Ponta Grossa negou o título de cidadão ponta-grossense ao Presidente Médici.

1/1. De ordem superior reitero proibição, comentário ou divulgação sobre prisão e morte terroristas cassados e banidos.

4/1. De ordem superior fica proibida a divulgação através de qualquer meio de comunicação social, de pronunciamento, entrevista, notícia ou de outras informações sobre as atividades da segurança nacional, em qualquer área do território nacional.

22/1. De ordem superior fica proibida divulgação de qualquer meio de comunicação a fim de não prejudicar diligências, notícias de fuga, deslocamentos e possíveis localizações de presos.

28/1. A fim de evitar dúvida de interpretação, reitere determinação sentida proibir divulgação qualquer matéria ainda que propaganda paga, crítica literária, crônica especial ou outro tipo de promoção da peça teatral, disco, livro, filme etc. Calabar, de Chico B. Holanda.

30/1. De ordem superior fica proibida divulgação da morte dos presos de Golias. Também de ordem superior fica proibida notícia e comentário relativo à captura e morte dos presidiários foragidos de Goiânia até conclusão do inquérito.

1975

22/2. De ordem do Sr. Ministro da Justiça fins não prejudicar ação autoridades, fica proibida a partir este momento divulgação através meios de divulgação social qualquer matéria relativa seqüestro avião VASP, exceção somente nota oficial Ministro da Justiça.

Por ordem superior, fica proibida a divulgação da mensagem transmitida pelo seqüestrador do avião da VASP. Estando liberadas notícias sobre o seqüestro do referido avião.

Por ordem superior para não prejudicar as providências das autoridades de segurança, estão terminantemente proibidas quaisquer comunicações notícias ou comentários a respeito do seqüestro do avião da VASP. Exceção única para a nota a ser divulgada pelo Ministério da Justiça.

Ficou liberado pelo Ministro da Justiça o seqüestro do avião da VASP nas seguintes condições: somente ser divulgado comunicações oficiais expedidas pelo Sr. Ministro da Aeronáutica.

Foi liberado o noticiário sobre seqüestro do avião da VASP em Brasília.

1976

7/4. De ordem superior fica proibida divulgação através de rádio televisão de qualquer nota emitida por partido político em todo território nacional.

1977

02/2. De ordem superior fica proibida a divulgação de qualquer notícia, comentário a respeito da cassação de Glênio Perez, à exceção de nota oficial.

08/3. De ordem superior fica proibida a divulgação de qualquer notícia ou comentário a respeito da cassação de Marcos Klassmann, à exceção de nota oficial.

15/6. De ordem superior fica proibida a divulgação de qualquer comentário ou notícia a respeito da cassação de Marcos Tito, à exceção de nota oficial.

30/6. De ordem superior fica proibida a divulgação de qualquer comentário ou notícia a respeito da cassação de Alencar Furtado, à exceção de nota oficial.

07/6. De ordem superior, fica proibida a divulgação de qualquer comentário ou notícia sobre manifestação de jornalistas pela liberdade de imprensa.

- 11 - Está à vista que a concessão do Canal 11, do Rio de Janeiro, ao animador Silvio Santos, foi uma brincadeira de mau-gosto pela qual o governo ainda deve explicações ao País.
- 12 - In **Enciclopédia Brasileira** (Introdução), Bloch Editores, 1977.
- 13 - Dados possibilitados pela LM-Publicidade, do Rio de Janeiro.
- 14 - In **Pesquisa Nacional por amostragem de domicílios**, 4.º trimestre.
- 15 - Em **Negócios em Exame**, de 23.11.77, Gilberto C. Barros, gerente de merchandising da GM e Presidente da Associação Brasileira de Anunciantes (ABA), reclama (p. 64) contra os acréscimos de audiência da tevê, "que nem sempre interessam ao grosso dos anunciantes" ----

- 16 - Favela carioca de cerca de 150 mil habitantes encravada no morro dos "Dois Irmãos", entre a Gávea, o Leblon e São Conrado.
- 17 - Lembramos, a propósito, o trecho de "O Rebu".
- 18 - Negócios em Exame, 26.10.77, p. 20.
- 19 - Idem.
- 20 - Apud Carlos Guilherme Mota, Ideologia da Cultura Brasileira (Pontos de partida para uma visão histórica) versão xerográfica.
- 22 - Cf. Amaral Vieira, R.A. O futuro da comunicação, SCD, 1974.

**PARA QUE SERVE
A SOCIOLOGIA DA ARTE
DE PIERRE FRANCASTEL?**

Eduardo Neiva Jr.

"Toute philosophie moderne est politique ou politicière, elle est réduite à une apparence savante par les gouvernements, les églises, les mœurs et les lâchetés des hommes. On s'en tient à un soupir de regret et à la connaissance du passé".

Friedrich Nietzsche,
Considérations Inactuelles,
vol. 1

I

A obra de Pierre Francastel se estende em duas direções simultâneas. Ao mesmo tempo que constitui um saber próprio à criação plástica, forma um método capaz de situar essas obras pictóricas num lugar e data, enquanto objetos sociais.

Para Francastel, a obra é o eixo central e determinante numa sociologia da arte. Assim, a sociologia da arte não procura estabelecer um paralelo entre "certo esquema da história — necessariamente emprestado dos manuais — e um outro esquema da história da arte que não se adere estritamente ao estudo direto das obras".¹ Ela dá às obras de arte o estatuto de objetos de civilização.

A obra deixa de ser considerada mero agente reproduzidor, objeto mimético, de condições de percepção; trata-se de um sistema de significações.

A obra de arte significa a civilização onde foi produzida. Por isso, não é apenas um trabalho conjunto da mão e do olho; é uma reflexão, também.

O conhecimento de uma obra, que se propõe uma sociologia da arte, implica decifração. A sociologia da arte deve ser um esforço crítico; é o que Francastel formula no prefácio

de *La Figure et Le Lieu*: "não se pode conhecer e julgar um quadro, como um texto, se não possuímos o mínimo de conhecimentos históricos e técnicos."

É a obra de arte digna de tal esforço? Os estudos de Pierre Francastel podem ser considerados um esforço no sentido de considerar a obra de arte uma forma de interpretação equiparável à outras formas científicas de entendimento: "ela deve encontrar, assim, seu lugar ao lado das grandes disciplinas em formação do nosso tempo. Ela constitui um sistema de interpretação não menos digno de nossa atenção que as matemáticas e as físicas, as psicanálises e as lingüísticas."

II

O conceito de objeto de civilização, lugar de convergência da realização do artista e da participação daqueles sem os quais não poderia haver obra — os espectadores, permite que numa mesma circunstância se encontrem os atos da técnica e as formas de interpretar.

O ato de interpretar não é um procedimento exterior à execução da obra. Interpretar, aqui, é equivalente à execução da obra. Uma pergunta: que condições intelectuais permitem a equiparação da interpretação e da técnica?

Mesmo que Francastel muitas vezes ataque a obra de Kant — no artigo *Técnica e Estética* do livro *A Realidade Figurativa* chega a dizer que o filósofo "estava em suma pouco informado sobre os valores e aspirações reais da Arte em geral, especialmente da Arte de seu tempo" — a idéia de que a interpretação e a técnica artística se equivalem só é possível a partir de desdobramentos das formulações kantianas.

Kant afirma que só conhecemos o que nossas faculdades permitem. Como o conhecimento é domínio exclusivo do sujeito, o objeto conhecido deverá se submeter às faculdades próprias desse sujeito. Em resumo: as coisas se adequam ao sujeito que as organiza segundo condições chamadas de a priori porque antecedem à experiência.²

O sujeito, ou se preferirmos o espírito humano, é a linha de reunião de coisas aparentemente tão díspares quanto as formulações científicas e as obras de arte.

O caos originário da coisa-em-si é trabalhado pelo espírito humano bem como a obra de arte é uma materialização do mundo interpretado por técnicas artísticas. Assim, não há hierarquia entre a obra de arte e as ciências físicas. O artista e o físico dão forma ao mundo. A interpretação e a técnica são operações básicas desse espírito humano formador.

III

O espírito humano observa para poder transformar. Uma surpresa, porém: a visão humana é estável, enquanto que os sistemas históricos de interpretação visual se distinguem radicalmente. Como explicar essa pluralidade de esquemas interpretativos emanando de uma visão constante?

Uma vez que a obra de arte corporifica as estruturas da civilização que a produziu, pode-se afirmar que se trata de um objeto estático capaz de guardar em si um programa único e uma realização homogênea, expressa na forma de objeto social: é nele que a sociologia da arte vai recolher suas possibilidades.

IV

Francastel parte do período renascentista, sem esquecer sua hipótese de que a obra de arte é um sistema de signos que se relaciona com outras interpretações dadas pelo espírito humano numa época definida. É preciso reinterpretar o Renascimento, levando-se em consideração "a crença segundo a qual os florentinos fundaram o Renascimento com base no emprego de um sistema realista de figuração perspectiva extraído da matemática euclidiana e da atenta observação das

vestígios da antiguidade — depositária do grande segredo dos números e da harmonia".³ Um outro sistema de representação do espaço figurativo produz-se no Quattrocento.

A reavaliação do Renascimento em Francoestef emerge não do exame exclusivo de quadros e sim da resolução apresentada para um problema técnico.

A solução do arquiteto Filippo Brunelleschi (1377-1446) para o levantamento da cúpula da catedral de Santa Maria del Fiori significa um abandono dos métodos construtivos da Idade Média, ao mesmo tempo que formula uma outra concepção de espaço: "para Brunelleschi o espaço deixou de ser o recipiente de ar que uma abóboda encerra entre suas paredes; esse espaço possui uma qualidade homogênea e se encontra em todas as partes; é continente e conteúdo; envolve e é envolvido".

No artigo *Aspectos Sociais da Simetria do Século XV ao Século XX*, Pierre Francoestef deixa claro sua hipótese: a representação do espaço é um dado intelectual da cultura que a produziu. Em suas próprias palavras, a respeito da simetria: "uma noção como a de simetria não é o produto de uma apreensão direta do mundo exterior, comum a todos os homens através dos séculos, mas ela constitui um fato social".

Produtos igualmente sociais, a catedral de Santa Maria del Fiori e as obras de arte do período referem-se aos mesmos esquemas técnicos e intelectuais. Inexistirá, portanto, hierarquia valorativa e distintiva entre esses objetos de civilização.

A Sociologia da Arte será feita por gestos de ousadia e reunião de constatações como: "o que Brunelleschi se propunha essencialmente era resolver um problema técnico de construção: era preciso construir a cúpula no vazio sem andaimes do tipo tradicional, pelo cálculo", cuja consequência é uma nova concepção emergente do espaço homogêneo e mensurável. Uma solução aparentemente restrita à técnica constitui-se em investigação intelectual materializadora de "uma nova geometria que associa o número às figuras e liberta o arquiteto das necessidades gráficas da época". Esse novo aparato

intelectual contagiara toda a época; será, então, objeto prioritário para a compreensão histórica.

V

A Sociologia da Arte é surda aos conflitos de classe. Desligado, o motor da história não cabe em seu projeto. Prioritária é "a relação que existe entre a Forma e as formas", pois "toca em especial no problema, muito atual para os historiadores, da natureza dos fatos históricos".

A referência à situações sociais restringe-se à lembrança que "o artesão que fabrica tem uma forma diante dos olhos, ainda que seja na sua memória, um modelo concreto".

Assim se harmonizam os ruídos das classes em conflito. A Forma unifica segundo as "leis próprias do Esquema Organizador". As classes estariam disciplinadas no esforço civilizatório da classe dominante que comandaria "os princípios de coesão do sistema" teórico e da história.

A interpretação de Pierre Francastel não esquece a luta de classes como se o conflito passasse ao largo. No curso desse processo é que se deve compreender sua teoria. A abolição do conflito parte de uma negação profunda, uma espécie de imortalidade organizada, cujo efeito é buscado numa estratégia de luta e interesses de dominação e controle.

A Sociologia da Arte segue um projeto de interpretação kantianamente neutro e higiênico que, de fato, produz um saber esterilizado cujo interesse é transformar a história num museu (Cf. Habermas, Jürgen — *Conhecimento e Interesse*) de arte, é claro.

NOTAS

- 1 - Francastel, Pierre — *Pour une sociologie de l'art: méthode ou problématique?* in "Études de Sociologie de l'art", Paris, 1970, Denoel/Gonthier. A citação precede uma crítica a Arnold Hauser, à *História Social da Arte*.

- 2 - Kant, Immanuel — **Critique of Pure Reason**, translated by Norman Kemp Smith, Londres, 1973, Macmillan. Além dos prefácios à primeira e segunda edições, é de particular interesse a introdução que coloca a distinção entre conhecimento puro e empírico, bem como a Doutrina Transcendental dos Elementos, principalmente a primeira parte — a Analítica Transcendental que analisa "as duas formas puras de intuição sensível que servem como princípios de um conhecimento a priori, ou seja espaço e tempo".
- 3 - Francastel, Pierre — **Pintura y Sociedad**, Buenos Aires, 1960, Emecé Editora, trad. Damián C. Bayón, p. 17.

LITERATURA E CINEMA, HOJE

Ivan Cavalcanti Proença

"Sei que a poesia é também orvalho

Mas esta fica para as menininhas,
as estrelas
alças, as virgens
cem por cento e as
amadas que envelhecem
sem maldade."

(Manuel Bandeira)

Premissa

Literatura e cinema têm mesmo muito em comum. O visual (cromático) a carga de plasticidade (material impressionista, a força sinestésica) do texto e, por outro lado, a ênfase que o cinema dá ao signo verbal: cinema que tanto acreditou neste signo, não prescindindo da palavra, acabou não resistindo à permanência como cinema mudé. Todos esses fatores fazem com que ambos, Cinema e Literatura componham um campo visual de nossas percepções/vidas/reflexões. E, por isso mesmo, ambos resultam, antes, um compromisso com o homem, com o meio ambiente, enfim com todos nós, inclusive e principalmente com o povo (aqui, sempre entendido como massa informada).

Assim, que é possível até considerar-se, o "livro, um prazer" ou "o cinema a maior diversão". Apenas, que nada nos impede de, desde logo, tentar estabelecer que, a todos que pretendem a reflexão também como ponto de partida para a ação, não se pode tolerar que esse prazer ou essa diversão não resultem exatamente de um exercício crítico e analítico, de tensão entre aquele compromisso do criador (autor ou cineasta) e a capacidade de entendimento do dito leitor (ou espectador).

Breves conceitos lukacsianos e brechtianos nos ilustrariam esse preâmbulo, quando pretendemos enfatizar a atitude consciente dos criadores em presença da necessidade de aproximar arte e povo.

"Hoje, naturalmente, não é fácil chegar a uma representação correta do caráter popular da arte. A destruição economicamente progressista das velhas formas da vida popular, levada a cabo pelo capitalismo, determinou, no que se refere ao povo, uma insegurança em sua concepção do mundo, em suas tentativas culturais, em seu gosto, em seu juízo moral, o que inevitavelmente criou a possibilidade de cair no envenenamento demagógico". O caráter popular da arte — acrescentou Lukács — resulta de duas condições: uma, a de "possuir uma relação viva com a herança", em outras palavras, de enfrentar a realidade como o fizeram os clássicos; e outra, de representá-la, a exemplo deles, "como totalidade viva e atual", não deformada com montagens, reduções etc. O caráter popular da arte fundamenta-se em representar deste modo a vida do povo.

O povo é ambíguo, abriga em seu ser tudo o que há de melhor, mas também pode descer. O povo, às vezes, adapta-se para poder sobreviver, recolhe as migalhas da mesa dos poderosos. Essa atitude é, a longo prazo, frutífera, porque faz dela algo de permanente, raiz e limo da história, perpetuado no tempo: este prolongamento indefinido é a melhor e mais segura condição de sua liberdade. Se eventualmente sua atitude "não é positiva", o resultado que surge dela o é, porque o perpetua, e isto é a "única crise positiva". Daí afirmar sem alarmas e com confiança: "Sua indestrutibilidade torna-o, a um tempo, objeto inesgotável de injustiça e terreno fértil para a libertação".

O Cinema Novo e o novo cinema em transe. A Literatura

Por mais que se procure negar (inclusive alguns de seus líderes), na verdade o Cinema Novo brasileiro, feita uma abordagem analítica e esboçada de seus componentes literários, possui uma unidade ideológica (a essa altura, até a admito por vezes coincidente), uma organicidade na abordagem de temas e coisas e gentes nossas. É exatamente essa força contudística, vinda à tona através de profissionais (e artesanato) competentes, é que favoreceu a este Cinema Novo sua

permanência entre nós, intensamente enfatizada até hoje, por público e parte da crítica.

Mas fenômeno curioso ocorreu da segunda metade da década de 60 em diante. Antes, ou por essa época, é bom lembrar, passamos, entre muitos outros, por três filmes que até agora encontram a melhor receptividade frente ao público de cinematecas, de cineclubes, aos estudantes, e, recentemente, na TV: **Menino de Engenho**, de Walter Lima Júnior, a partir do texto de mestre Zé Lins, filme que não só responde por um painel das tensões que acompanharam o ciclo da cana-de-açúcar em geral (basicamente, **Menino de Engenho**, **Doidinho**, **Bangüê**, **Moleque Ricardo**)¹ como também conserva o sentido trágico e, mais, o clima lírico, profundamente lírico do romance; **Carlinhos** e sua sucessiva perda de afetos, até chegarmos à conclusão final (e feliz) da Direção, o menino que perde o próprio Engenho e, de trem em movimento, se despede da molecada da bagaceira.

Vidas Secas, de Nelson Pereira dos Santos, também adaptação (e, no caso, até curiosamente fiel) do livro de Graciliano Ramos, em que não só se aprofunda a temática da errância de Fabiano e seu pavinho, como também se conservam a narrativa de verão-a-vero, sem fim, e a incapacidade de diálogo (enquanto troca de idéias e sensatos do raciocínio) entre Fabiano e Sinhá Vitória.

Se a Literatura já esboçara, suprimindo lacunas da própria História do Brasil, flagrantes do relacionamento e dos "tratos" entre senhor de Engenho e homem do sítio, ou uma visão do cangaço menos deformada, na verdade o cinema também os captou e questionou.²

Então, é que coincidindo com a continuidade de um período esdrúxulo na vida brasileira, o cinema brasileiro, mais ou menos a partir de **Terra em Transe** (inclusive) entra em tranas também. Talvez por despreparo ideológico, ou por outro motivo qualquer, mas nitidamente como consequência da nova situação imposta e de novo conteúdo histórico/social, pressões etc, etc, etc — os cineastas optaram por algumas alegorias e/ou por um hermetismo mais acentuado, e até consciente, em suas produções. Alegorias de difícil decom-

posição, metáforas de intrincadas soluções, enfim um afastamento tão intenso de tudo, de todos e da própria vida, que se tornou difícil, e quase impossível, o resgate do real. Fase estranha e exótica esta do novo cinema. E não é por coincidência que se começa, também na Literatura, a dar ênfase a certos experimentos formais, a uma vanguarda sem tanta retaguarda, a exercícios lúdico/formais, insisto, um novo-pelo-novo, que, se, de um lado caracterizou uma criatividade, de outro encontrou guarida e correspondente no exercício crítico do estruturalismo nativo, cômodo, não comprometedor, "matemático", "científico" e "isento" (mais ainda, quando associado à dita leitura psicanalítica).

E eis que, agora, o cinema brasileiro — e, em parte, a Literatura — vão reencontrando alguns caminhos que me parecem relevantes e, mesmo, significativos.

O problema e o concesso-hoje do transporte texto/cinema

Antes de tratarmos do hoje, de nosso cinema/Literatura, vale um parêntese para conceituarmos como se coloca a própria Literatura diante do cinema e vice-versa. Em princípio, ao se fazer uma adaptação para o cinema, de um texto literário, há que se levar em conta que o adaptador, o roteirista e, em última etapa, o Diretor são, todos, criadores. Portanto, não há que se conservar fidelidades canínicas ao texto-origem. Texto que, se repetido ou simplesmente transposto para a tela, só faria a grande catarse exaltante das viúvas do texto. Há, entre livro e filme, três etapas (pelo menos) bastante nítidas, e criativas. Mesmo que você elimine um adaptador (eliminação essa que é um vício, "econômico", de nosso cinema) ainda assim não se deve esquecer que cada roteiro é, por si mesmo, um livro. E, no caso, um outro livro. E que a Direção recria, podendo mesmo resultar dessa etapa de Direção (em plena realização do filme), quem sabe, até um novo roteiro.

Ora, além de tratarmos com linguagens distintas, a do cinema e a da Literatura, seria enfadonha, limitada e anti-cinema, a pura e fidelíssima reprodução do texto narrado, ou

dos diálogos, ou de tudo. E, ainda, tenho para mim que exatamente ao se estabelecerem novas (e atuantes) leituras do texto, e ao ganhar o livro-origem novas roupagens, você estará exatamente valorizando aquele texto, em sua plurivocidade de visões (possíveis). O que permitirá, por outro lado, que textos relativamente medíocres resultem filmes importantes, ou que textos fortes e significativos resultem filmes chochos, pouco imaginativos. A única reivindicação que talvez se devesse fazer à equipe de um filme é que, exatamente para libertar-se consciente e estruturalmente de um texto, que nele mergulhe, que dele, minuciosa e quase cientificamente, se busquem os detalhes e entrelinhas (nem que seja para não aproveitá-los depois), porque também, do contrário, o texto resultará mero pretexto.

E aqui já podemos lembrar, a título de ilustração, alguns textos de um mesmo autor (embora não recente, contemporâneo) que serviram diferentemente ao cinema brasileiro e em que medida se deu tal aproximação: Machado de Assis. Ao ser transportado para o cinema, aconteceram-se coisas mais incríveis, desde a tentativa de reprodução do clima epocal e machadiano, à alegoria, o salto direto para hoje etc. Tudo.

Em *Capitu*, de Paulo Cesar Sariani, a ambiência e o tom machadiano (sistema de aparências da sociedade da época), o clima patológico do Bentinho que nos dá a sua versão do fato; inclusive encontrando o Diretor soluções felizes para a equivalência à narrativa em 1.^a pessoa ou tese. Em *Um Homem Célebre* de Miguel Faria Júnior, opção pela fusão temporal com idas e vindas ao ontem e ao hoje, prevalecendo o tempo psicológico e o enfoque ideológico sobre o tempo ou a rigidez cronológica. Em *A Cartomante*, de Marcos Faria, dois episódios nitidamente separados no tempo e no espaço, mas não na problemática (atual). O tratamento alegórico de *O Alienista* de Nelson Pereira dos Santos, em que prevalecem aquela grande dúvida e aquela angústia em torno de onde se encontram os limites entre a razão e a não-razão, o são e o insano, os delírios e o real. No curta *A Missa do Galo*, Rôman Stulbach procura intervir e, não aceitando o componente indefinição, dubiedade do texto machadiano re-

solve deflagrar (e concretizar) o amor/sexo entre Conceição e o tímido adolescente. Com esses exemplos, de textos e filmes machadianos, ilustra-se o tipo de relacionamento que se estabelece variado, diversificado, entre o cinema e a Literatura no Brasil.

O hoje (de cinema e literatura) e suas múltiplas possibilidades de leitura e abertura (?)

Chegamos, a essa altura, ao hoje do cinema e da literatura. Que ainda, e por várias razões, não podem ser examinados independente do contexto e das estruturas sócio/políticas em que vivemos, e que se vão prolongando.

É preciso que cineastas e escritores tenham realmente uma consciência ideológica que funcione permanentemente alerta em presença de possíveis deslumbramentos ou de "realizei-me com meus filmes/livros". Alguns autores novos, sempre plenos de restrições (e óbvias) ao sistema e à falta de chances e aos bloqueios, tão logo se vêem publicados, como que passam a considerar exatamente esta publicação como "a grande meta" e, dentro desse raciocínio, daí por diante, tudo vale, como se realmente "o que eu quero é publicar", espécie de "o que me importa que a mula manque, o que eu quero é roselar". Cineastas, por seu lado, batalhando naquele sentido de "descolar uma grana" para fazer seus filmes, também devem ter muito presente que o que importa, em nível global e de conscientização, não é o exercício da arte pela arte, ou o seu trabalho com um fim em si mesmo.

Pois que, desprovidos de um permanente e, até, obsessivo sentido crítico, todos serão presas fáceis das concessões, das guinadas, das composições, dos modelos daqui ou dali, de "flexibilidades" convenientes e de ocasião, personalíssimas no fundo, e que acabam por derrubar não só alguns mitos, mas principalmente o próprio sentido e conceito de arte e criatividade, em um país e em um momento como os nossos. No hoje que vivemos, é preciso ir além de uma ânsia de dar um "recado" (muitas vezes diluído e minado) apenas "cinematográfico". As verbas são importantes, mas não os esque-

mas. Recentemente, dirigentes e homens do cinema foram aos jornais lerem lição às estruturas reinantes porque "nos deram verbas". A menos que haja distanciamento crítico, permanente e fixa idéia de transcender ao próprio contexto, de não subdormir de sua função como artista e criador, de manter-se independente, tudo vai para o brejo.

Há que se evitar os climas de euforia tecnocrata, um falso dinamismo cultural, típico de deslumbramentos, plenos de "marketing", "altos padrões", "status de executivos", e outros bobagens e outros excessos, justamente quando o cinema brasileiro faz 80 anos, mas os faz aos tapas e barrancos.

O apoio da Embrafilme, sem sectarismos ou pruridos moralistas, até pode ser aceito. E também a Direção do órgão deve estar em mãos de gente do cinema. Assim, a aproximação Literatura/Cinema pode acontecer com o seu patrocínio. Mas atentos às "facilidades" e à jogada de "obra literária", que, na verdade, acaba compondo o quadro da "aura da obra de arte", o dito bom comportamento das culturas românticas e da "memória nacional" — novelas, filmes, reedições de livros etc.

As seduções que as estruturas favorecem não são poucas quando se trata de "conquistar" os intelectuais. A coisa é velha e sabida. Mas ainda dá seus resultados. Convívio tecnocrata, eufóricos festivais, viagens à Europa (ah, eterno colonialismo!), todos os pequenos prazeres podem até ser curtidos, mas em vigília muita, pois que esses "regalos" (contrastantes com a própria realidade sofrida e miserável de nosso cinema) acabam "amolecendo" ou neutralizando os homens de que se espera firme, equilibrada, reflexão.

Não se facilite com o intimismo à sombra do poder. Acabarão todos engolidos e diluídos em suas profissões de fé, que passam a ganhar racionalizações na busca muito ingênua de diálogo com as chefias e de possíveis benefícios resultantes.

Concluindo esse papo em torno da necessidade de uma atenta consciência ideológica, lembremos que, em presença das produções ditas porno-chanchadas, é preciso certa cautela na tal "solidariedade nativa"; união por vezes estranha,

na medida em que, exatamente por força da carência de reflexão ideológica, os envolvidos nesse tipo de produção estarão histórica e dialeticamente descompromissados de qualquer tipo de luta que não seja a do "lucros e perdas". Portanto, vulneráveis a qualquer "infiltração" e dispostos a qualquer tipo de "alianças", venha de onde vier. Trata-se de uma facção que não se deve superestimar. Os efeitos de suas produções não são tão inocentes ou "cômicos".

O público, cobala, será tendencioso. Lembramos um velho barbudo:

"O objeto de arte, assim como qualquer outro produto, cria um público sensível à arte e capaz de fruir a beleza. Portanto, a produção não produz um objeto para o sujeito, mas um sujeito para o objeto. A produção produz, portanto, o consumo, primeiro fornecendo-lhe materiais, segundo deturpando o modo de consumo e, terceiro, excitando no consumidor a necessidade dos produtos colocados por ela como objetos. Logo, ela produz o objeto de consumo, o modo de consumo, e a tendência para o consumo".

Tais uniões, se não bem equacionadas, em dado momento podem ter os mesmos e precários efeitos da solidariedade circunstancial e emotiva de meninos de terreno baldio na hora de tascar um balão de outra patota.

Com esta pequena ressalva quanto ao fazer artístico, em suas aproximações com os intimismos e seduções possíveis (e estimulados, em nossa sociedade), retomemos o agora de nossos cinema e literatura.

E para ilustrar o momento, lembro que a Literatura vem recuperando, aos poucos, o caminho das pazes com o real (mesmo as alegorias nos remetem ao muito hoje), mesclando-se até, por vezes, o jeitão jornalístico (de reportagem, inclusive), documental, com a própria ficção — isto é, difícil estabelecer um limite entre o real e o ficcional, o que, aliás, não deve trazer mesmo maiores preocupações, que, afinal, se diluem em presença da força artesanal do texto, esta, sim, fator maior de literariedade. De qualquer modo, resgata-se o real ao resgatar-se a força conteudística.³ No cinema, um curioso exemplo, *Marília e Marina*, de Luiz Fernando Goulart, baseado

em poema de Vinícius de Moraes. Este filme instaura (ou reinstaura) uma linguagem de aproximação entre o documental e o ficcional: a espontaneidade, o trabalho de diálogos, a coreografia, a intervenção do Diretor que dirige a inarível gincana (onde vale tudo, ou "guerra é guerra"), ele que também dirige o filme — a própria vida, vale tudo?

Essa comunhão entre o documento e a ficção, muito curiosamente se retoma em **Diamante Bruto**, de Orlando Senna, basicamente a partir da fala dos garimpeiros, sem roteirização ou diálogos marcados. O texto-origem é **Bugrinha**, de Afrânio Peixoto. E, em **Doramundo**, de João Batista de Andrade (apoiado no texto homônimo de Geraldo Ferraz), a equipe do filme se aproxima intimamente, "vive" mesmo o clima da pequena provocação de ferroviários; daí resultando todo um processo de reflexão sobre as condições subhumanas em que vivem aqueles brasileiros — que poderiam ser os garimpeiros de Orlando Senna, os Fabianos de **Vidas Secas**, os homens do eito dos engenhos. **Doramundo** termina com um festivo futebol, um futebol consolação e refúgio, patrocinado e "estimuladíssimo".

Estes reais todos são nossos. Resgatá-los é também um modo de pensá-los.

NOTAS

- 1 - Mais tarde Marcos Farias (produção de Miguel Borges) viria a realizar **Fogo Morto**, três etapas da decadência do Engenho Patriarcal através do coronel Lula de Holanda, Cel. Vitorino Papa Rabo (Vitorino Carneiro da Cunha), Mestre José Amaro (o coreeiro), todos também decadentes como o próprio Engenho, que estava já de fogo morto. Ainda mais tarde, Walter Lima Júnior faria com a **Encina/Didacla** (José Olympio) um curta sobre José Lins do Rego, valendo-se basicamente de fragmentos do seu **Menino de Engenho**.

- 2 - O clima rosariano de tensões e conflitos e paixões (bíblicos e trágicos) que envolveram Matraga encontraram na Direção de Roberto Santos uma correspondência bastante sensível e, até, minuciosa em A hora e a vez de Augusto Matraga. Bem mais tarde, e aqui novamente a tal fidelidade favorecida pelos textos de Graciliano, Leon Hirszman dirigiu São Bernardo em que se evidencia o mundo solitário, camurro e coisificador que envolve o Paulo Honório.
- 3 - Acho também (mudando um pouco o motivo central que vinha desenvolvendo) que todos devemos dar ênfase especial aos curtas e documentários Literatura/Cinema: nos Seminários do M.A.M. sessões e debates exclusivamente, dos curtas, a essa altura indispensáveis. Tratando dos Manifestos Modernistas, dos escritores (Vinícius, Jorge Amado, Lima Barreto, Gregório de Matos, João Cabral, Oswald de Andrade etc) da própria aproximação Cinema e Literatura.