



CULTURA POP

GIAN DANTON

Virtualbooks

Apoio:



Patrocínio:



Realização:



virtualbooks on line

CULTURA POP

GIAN DANTON

Edição especial para distribuição gratuita pela Internet, através da Virtualbooks, com autorização de Gian Danton.

Copyright © 2000, virtualbooks.com.br

Todos os direitos reservados a Editora Virtual Books Online M&M Editores Ltda. É proibida a reprodução do conteúdo deste livro em qualquer meio de comunicação, eletrônico ou impresso, sem autorização escrita da Editora.

O Autor deste livro gostaria imensamente de receber um e-mail de você com seus comentários e críticas sobre o livro.

A VirtualBooks gostaria também de receber suas críticas e sugestões. Sua opinião é muito importante para o aprimoramento de nossas edições. Estamos à espera do seu e-mail.

CULTURA POP

GIAN DANTON

APRESENTAÇÃO

Eu estava selecionando material para um novo livro - um livro de artigos - quando percebi algo de comum em boa parte dos textos que tenho publicado em jornais do Amapá: grande parte deles falava da área de comunicação e marketing.

Isso não deveria ser novidade, já que eu sou professor da área. Mas mesmo assim era um número bastante expressivo. Assim, resolvi eliminar todos os artigos que não se relacionavam ao assunto (vão ficar no fundo do baú, esperando por sua chance) e me centrar em um único tema.

Cultura Pop é, portanto, um livro sobre a comunicação. Ele deve interessar os estudantes das áreas de jornalismo, publicidade e marketing. Mas talvez algumas pessoas que nunca pisaram em uma faculdade de comunicação sintam alguma simpatia por ele.

Os temas tratados são bastante amplos. Vão da análise semiótica da capa de um disco do Tom Zé até um artigo sobre antropofagia cultural (que eu professo, e as pessoas que conhecem meu trabalho com quadrinhos sabem o quanto eu tenho me esforçado para usar).

Antes de deixá-los com o livro, vale a pena chamar atenção para o título.

Cultura pop é uma nova maneira de denominar aquilo que os frankfurtianos chamavam de indústria cultural. É um nome menos

preconceituoso. A idéia é que os meios de comunicação estão criando a cultura de nosso tempo - uma cultura nem melhor, nem pior que a do passado. Uma cultura mais rápida, talvez.

PREFÁCIO

Gian Danton é um escritor cuja obra dispensa apresentação; dono de um estilo rico e agradável, de uma rara fluidez em temas que cobrem da biotecnologia à semiótica, Gian é um destes anfíbios raríssimos que tem talento na Literatura de Ficção quanto no Ensaio Científico.

Extremamente atualizado e inteirado de todos os assuntos da atualidade, Gian escreve com prazer que contagia o leitor, informa sem citar cansativamente e coloca cor e vida em cada texto.

Nesta coletânea de artigos já publicados em mídia impressa, pode-se perceber a invejável riqueza de seu fluxo de pensamento e a variedade eclética de suas áreas de interesse.

Sinto-me confortável para falar do texto de Gian, pois o acompanho como jornalista, articulista, ensaísta, roteirista de quadrinhos e pesquisador científico por uns dez anos e a cada texto dele sei que a qualidade vai prender-me até o final e que aprenderei muito sobre seu inovador e atual ponto de vista sobre os fenômenos da mídia.

Como era esperado, este livro não me decepcionou, e sei que dará ao leitor momentos de saborosa leitura, terminando com aquele gosto de “quero mais” e o desejo de ver novos textos com o talento e estilo dinâmico de Gian Danton.

Flávio Calazans

Doutor pela USP

Professor de pós-graduação da UNESP e Cásper Líbero

Autor do livro Propaganda Subliminar Multimídia

<http://www.calazans.ppg.br>

CULTURA POP

O desenvolvimento dos meios de comunicação de massa - televisão, rádio, cinema, quadrinhos - provocou grandes mudanças, especialmente no que diz respeito à cultura. Antes havia a cultura erudita, que circulava nos grandes salões da nobreza, e a cultura popular, cultivada pelos pobres. As novas mídias deram origem a uma nova cultura: a cultura pop.

O filósofo Marshall McLuhan já dizia que os grandes mitos de nossa época estavam sendo criados pela Indústria Cultural. Nada mais verdadeiro. Neste século surgiram personagens cuja popularidade e longevidade rivaliza com a dos grandes heróis clássicos. Quem nunca ouviu falar de Tazã? Surgindo nas páginas dos pulp fictions (revistas baratas, de histórias curtas), ele logo alcançou o cinema, os quadrinhos e a televisão, tornando-se tão famoso quanto Hércules o foi na época clássica.

Eu poderia citar mais uma centena de mitos modernos: Batman, Super-homem, Jornada nas Estrelas, Bettie Page...

Parece que o ser humano sempre precisou de mitos e, de alguma maneira, esses arquétipos sempre encontram uma maneira de se expressar. Na nossa época isso é feito pelos meios de comunicação de massa.

Guerra nas Estrelas, por exemplo, é o renascimento do mito do cavaleiro medieval, que, corajoso e destemido, enfrenta todos os perigos para salvar sua princesa.

O Homem-aranha representa o velho mito do herói réprobo. Quase todas as culturas têm histórias sobre heróis que eram reprovados por sua sociedade, que pareciam covardes e desprezíveis, mas na verdade eram corajosos e heróicos.

Por essa razão é que se costuma dizer que Stan Lee (escritor de personagens como o Homem-aranha e Capitão América) é o Homero da atualidade. Da mesma forma, Walt Disney é o Esopo moderno, criando fábulas tão famosas quanto as do escritor grego.

Para não dizerem que estou me esquecendo da televisão, temos os autores das telenovelas, que cumprem hoje a função que era exercida no passado por gente como Alexandre Dumas, Dickens e Balzac. O melhor deles, Benedito Rui Barbosa, autor de clássicos como Renascer e Pantanal, pode ser facilmente comparado aos mestres da narrativa seriada. Suas tramas são acompanhadas diariamente por milhões de pessoas que torcem por personagens fictícios como se eles fossem reais.

Depois de muito tempo desprezada, a cultura pop voltou a ser valorizada após da década de 70, quando os intelectuais perceberam sua importância no mundo atual. Afinal, como diriam os Engenheiros do Havaí, até o papa é pop...

O PÂNICO POKEMON

Dezembro de 1997. Japão. Centenas de crianças são internadas com sintomas variados que vão de dor de cabeça a vômitos. No dia seguinte, milhares delas faltam à escola por apresentarem sintomas semelhantes. Tudo isso por causa de um desenho animado: Pokemon - sim, o mesmo Pokemon que tem feito grande sucesso no Brasil e no mundo. O fenômeno, que está sendo chamado de “pânico pokemon” é consi-

derado um dos mais importantes da história dos meios de comunicação de massa e um dos melhores exemplos do poder das chamadas mensagens subliminares.

Subliminar é tudo que é assimilado inconscientemente pela pessoa. Ou seja, os subliminares entram diretamente no inconsciente e ficam lá, escondidos, como vírus, esperando o momento de se manifestarem.

Uma pessoa, por exemplo, que, ao sentir o cheiro de um perfume, se lembra de uma antiga namorada, está tendo uma demonstração prática dos subliminares.

Quando você foca sua atenção neste livro, tudo à sua volta é percebido como subliminar, inconsciente. A tática é facilmente percebida nas histórias em quadrinhos: enquanto lê o texto dos balões, a pessoa, ansiosa para ver o fim da história, percebe os desenhos apenas inconscientemente.

Embora sejam conhecidos há pouco tempo, os subliminares são usados em publicidade desde 1950, com o chamado “experimento vicarista”. Pesquisadores acoplaram ao projetor de cinema de uma cidadezinha do interior dos EUA um aparelho que projetava de tempos em tempos as frases “Beba Coca-cola” e “Coma pipoca”. O texto aparecia tão rapidamente na tela, misturados com os frames dos filmes, que os espectadores nem percebiam. Mesmo assim o consumo de coca-cola e pipoca aumentou. O experimento foi o primeiro indicio de que impulsos recebidos inconscientemente poderiam influenciar no comportamento de quem os recebe.

Desde então os subliminares vêm sendo usados em propagandas impressas, televisivas, cartazes de filme, sempre provocando uma séria discussão ética sobre a validade de tal técnica. Afinal, o consumidor é levado a comprar determinada marca ou adotar determinado comportamento sem saber ao certo porque o faz.

Mas o exemplo mais estrondoso de subliminares parece ser mesmo o chamado “pânico pokemon”. Em recente artigo sobre o assunto, o professor Flávio Calazans (autor do livro Propaganda Subliminar Multimídia) afirma que o caso é “um evento de tamanha magnitude que

pode ser comparado à transmissão radiofônica ‘Guerra dos Mundos’ de Orson Wells, em New York, pelo impacto social multitudinário, e à Experiência Vicarista em New Jersey, quando as primeiras mensagens empregando tecnologia subliminar foram veiculadas em um cinema, aumentando em 60% as vendas do refrigerante Coca-Cola”.

Na época o fenômeno foi considerado uma epidemia. Centenas de crianças foram internadas nos hospitais de Tóquio com dificuldades respiratórias, vômitos, irritação dos olhos, convulsões, leves hemorragias, dor de cabeça e vertigem. Quando entrevistaram os pais, os médicos descobriram um ponto em comum: os ataques começaram enquanto as crianças estavam jantando e assistindo ao desenho animado Pokemon.

O desenho, veiculado no Brasil pela Record, apresenta uma série de monstrinhos. O mais famoso dele é um roedor de bochechas elásticas chamado Pikachu. Seu poder é ruborizar as bochechas e emitir por elas raios coloridos. Naquela noite de terça-feira, 16 de dezembro de 1997, Pikachu enfrentou um vírus de computador e para destruí-lo usou de seu poder. Mas para criar o efeito, os técnicos usaram uma alternância de cores ainda não testada. Mais de dez mudanças de luzes a cada segundo, com alternância das cores vermelho, branco e azul. A medicina sabe que luzes coloridas são estímulos ao sistema nervoso. No caso Pokemon, os estímulos foram tantos, e tão caóticos, que as crianças reagiram com um ataque epilético.

Calazans explica o esforço de percepção foi tão grande que provocou um curtcircuito” entre o córtex visual primário, que registra a sensação cromática, e os lobos frontais e pré-frontais, que tentam processar esta informação taquicoscópica-subliminar”.

A repercussão do caso foi internacional. Os mais variados jornais e revistas se referiram ao epidemia provocada pelo desenho animado. E mais do que nunca, tornou-se importante discutir o limite ético do uso de subliminares. Se antes se falava no fato da cidadania ser ameaçada pelo uso de subliminares, já que a pessoa perde o seu direito à escolha, sendo levada a agir por impulsos inconscientes, agora se fala nos peri-

gos à saúde provocados por essas mensagens. E fica uma pergunta: os responsáveis pelo desenho deveriam ser responsabilizados judicialmente? Eles têm culpa, ou não do que aconteceu? Os produtores sabiam que estavam usando técnicas subliminares e sabiam, ou desconfiavam, da reação do público ao piscar de luzes do monstinho Pikachu? Dificilmente essas perguntas serão respondidas, até porque a empresa que produz desenho não se preocupou em esclarecer o caso.

ANTROPOFAGIA CULTURAL

Uma discussão que tem intrigado intelectuais, artistas e pesquisadores é a cultura brasileira. O que é cultura nacional? Quais são as manifestações culturais que podem ser caracterizadas como legitimamente tupiniquins? Existe realmente uma cultura nacional, ou somos simples imitadores? Uma resposta curiosa para essas perguntas é representada pela antropofagia cultural.

Esse ponto de vista ganha uma metáfora na desafortunada viagem do Bispo Sardinha. O episódio se passou na época do Brasil Colônia. O sacerdote teve sérias desavenças com o Governador Geral do Brasil, em Salvador. A coisa se tornou tão séria que a Corte o chamou a Portugal para que explicasse a situação. Ainda na costa brasileira, o barco naufragou e os sobreviventes nadaram desesperados até a praia. Deram azar. Os índios antropófagos estavam lá, esperando que a comida chegasse até eles. Que me desculpem o trocadilho, mas jantaram o sardinha.

O mesmo fez o povo brasileiro com a cultura que veio de fora. Ela foi jantada e digerida. Danças típicas, como a quadrilha e o carimbó

tiveram sua origem nos salões nobres da Europa, mas aqui foram misturadas com o tempero índio e negro, transformando-se em algo completamente diferente. Algo típico do Brasil, embora tenha se originado de algo estrangeiro.

Quando Gilberto Gil e os Mutantes introduziram a guitarra elétrica na MPB, muitos chiaram. Para os patrulheiros de plantão, usar guitarra elétrica era se render à dominação cultural americana. Quem conhece a tropicália sabe que foi exatamente o oposto que aconteceu. A mistura de ritmos, instrumentos e influências deu origem a algo completamente novo e inusitado. Algo genuinamente nacional.

Mais recentemente tivemos outros exemplos, ainda na música. Chico Science e Pato fu fazem uma música sem fronteiras, misturando ritmos e dando continuidade a uma tradição que remonta aos primeiros antropófagos que jantaram os náufragos europeus.

O mesmo fenômeno pode ser visto no cinema, literatura, quadrinhos e televisão. Veja-se o caso das telenovelas. Inicialmente realizadas com roteiros importados do México ou de Cuba, elas acabaram tomando uma “cara” nacional. O Brasil inventou um jeito de fazer novela que é reconhecido em todo o mundo e supera em qualidade até mesmo quem nos serviu de modelo.

Fechar-se em si próprio não parece ser a característica do brasileiro.

Somos, como dizia Sérgio Buarque de Holanda, um povo cordial.

Estamos sempre abertos ao novo, ao que vem de fora. Exemplo disso foram os imigrantes que ajudaram a construir o país e fizeram de nossa população um fenômeno de mistura e beleza. Observar as arquibancadas de um jogo do Brasil é observar um espetáculo de mistura racional e beleza. Há desde pessoas negras a loiras de olhos azuis.

A maioria de nosso povo é uma mistura de negros, índios, portugueses, espanhóis e italianos. O mesmo ocorre com nossa cultura. Nossa ótica é a da mistura. A cultura nacional parece ser uma mescla de todas as outras culturas, mas é também extremamente original.

Somos, portanto, antropófagos. Antropófagos culturais.

Mas para que a antropofagia não degenerem em macaquismo (imitação

pura e simples) são necessários alguns cuidados.

O primeiro deles, claro, é preservar o que já temos. Não se faz antropofagia abandonando o que já existe para adotar o que vem de fora, e sim misturando o alienígena com o nacional. Como mixar rock com maracatu. Ficção-científica com cordel. Chiclete com banana. Se não preservamos e não damos valor ao que já faz parte da cultura nacional, então seremos eternos imitadores.

Um outro cuidado é fazer uma leitura crítica do que chega até nós. Os índios antropófagos escolhiam as melhores partes para devorarem (preferencialmente o cérebro, pois se acreditava que a inteligência da vítima passaria para o guerreiro). Andar por aí usando camisetas de universidade americanas ou vestido de cowboy não é antropofagia, é macaquismo.

Podemos, claro, aproveitar até mesmo o lixo cultural que chega até nós, mas devemos fazer isso criticamente. Isso sim é antropofagia.

BORGES, EL MEMORIOSO

Se estivesse vivo, o escritor argentino Jorge Luís Borges estaria com aproximadamente 100 anos. Em seu centenário ele é festejado como o principal escritor latino-americano deste século (quicá o melhor do mundo). Sua importância é tão grande que há um site dinarquês de estudo de sua obra. Entre os pesquisadores integrantes ou colaboradores do centro estão filósofos, semióticos, críticos literários e até escritores famosos, como Umberto Eco.

Fui apresentado a Borges em 1994. Um colega de redação me emprestou o seu livro *O Aleph*. O conto principal falava de um porão de uma casa antiga de Buenos Aires. Lá o personagem principal havia encontrado o Alephuma esfera da qual se poderia observar todo o universo. Na época fiquei tão empolgado com a idéia que escrevi minha versão do *Aleph*, analisando a esfera do ponto de vista da teoria do caos. Meu conto foi publicado em revistas e fanzines de ficção-científica.

Mais recentemente, escrevi um conto chamado “Abelardo ou farsa

borgeana” em que atores criam um personagem e acabam sendo mortos por ele. Mais uma vez, paguei meu tributo ao escritor argentino. Embora seja extremamente literário, Borges acabou influenciando outras mídias. Quase toda a nova geração de roteiristas brasileiros de quadrinhos beberam na sua fonte. E os principais roteiristas britânicos, como Alan Moore (Watchmen) e Neil Gaiman (Sandman) o citam como influência. Os jardins do Destino, de Sandman, são uma clara referência ao conto A Estrada dos Caminhos que se Bifurcam. Mas o que torna Borges tão fascinante? Certamente há pessoas mais abalizadas que eu para explicar a importância do autor de Aleph, mas vou tentar numerar algumas características que o distinguem de outros escritores.

Primeiro, claro, a capacidade de síntese. Borges conseguia resumir em algumas páginas histórias que dariam um verdadeiro romance nas mãos de um escritor mais verborrágico. Dizem que ele era tão sucinto em decorrência da cegueira. Sem poder escrever suas histórias, Borges as redigia na cabeça, parágrafo por parágrafo, frase por frase. Quando finalmente achava que os contos já estavam lapidados, ele os ditava para sua secretária. Em outras palavras, ele transformou sua principal dificuldade, a cegueira, em mérito.

A capacidade de concisão de Borges deveria servir de exemplo para todos os outros escritores ou para qualquer um que queira escrever um texto. Afinal, se podemos expressar algo com 20 palavras, por que usar 50?

A segunda razão são as metáforas. Borges era um espírito enciclopédico. Seus conhecimentos, e sua capacidade de raciocínio eram espantosos. E ele colocava isso em suas histórias, na forma de metáforas.

A teoria da informação, por exemplo, encontrou no conto “Funes, el memorioso”, uma excelente metáfora do processo de percepção humana. Funes era um indivíduo de memória fantástica. Ele não só se lembrava de cada folha de cada árvore pela qual já havia passado, como também de cada uma das vezes que a havia visto ou imaginado. O poder de percepção de Funes não conhecia restrições.

Entretanto, para Borges, Funes era incapaz de pensar, pois pensar é “esquecer diferenças, é generalizar, abstrair. No abarrotado mundo de Funes não havia senão detalhes, quase imediatos”.

O conto oferece uma belíssima metáfora da percepção humana. Percebemos o mundo à nossa volta através de modelos. Vemos um objeto no céu munido de asas e pensamos num pássaro ou num avião. As leis, como a lei da gravidade, são generalizações que contêm menos informação que os eventos às quais se referem. Pensar é descobrir padrões, semelhanças. Para um cientista que pretenda classificar os gatos importa menos o que eles têm de diferente e mais o que eles têm de semelhante. Por esse exemplo pode-se ter uma idéia de por que até mesmo matemáticos se debruçam sobre a obra de Borges, procurando metáforas reveladoras sobre a realidade.

É que Borges não era só um escritor. Ele era também um filósofo, um semiótico, um matemático, um pesquisador da filosofia da ciência. Mas, apesar de toda a sua sabedoria, e talvez por isso mesmo, ele era um indivíduo bastante humilde. Quando um repórter lhe disse que ele era um gênio, Borges replicou: “Não creia. São calúnias”.

PARADIGMAS

Uma das expressões mais recorrentes no vocabulário de quem tenta falar difícil é paradigma. No entanto, são poucas as pessoas que conhecem o real significado dessa palavra.

O termo paradigma, no sentido definido pelo filósofo T.S. Kuhn, está intimamente relacionado à ciência e às revoluções científicas. Ele representa um guia, para análise e interpretação da natureza. Ou, como costume dizer, o paradigma é um óculo que ajuda o cientista a ver e compreender a natureza.

Vamos a um exemplo. Durante uma aula de ciências, o professor solta uma pedra e ela cai ao chão. O mestre, em seguida, explica aos alunos

que a pedra despencou em decorrência da força da gravidade, que a puxou para baixo.

A explicação é baseada no paradigma newtoniano, segundo o qual matéria atrai matéria. Quanto maior o objeto, mais atração ele exerce. Como nosso planeta é muito maior que a pedra, ele a atrai, e não o contrário.

Assim, o paradigma estabelecido por Newton nos ajuda a observar e entender o fenômeno da pedra caindo.

A explicação pode parecer óbvia, mas não é. O paradigma aristotélico, anterior ao de Newton, tinha uma maneira diferente de compreender o fenômeno. Para Aristóteles, a tendência das coisas é voltar ao seu estado natural. O estado natural das coisas pesadas são os locais baixos, assim como o estado natural das coisas leves são os locais altos. Assim, uma pedra cai pelo mesmo motivo pelo qual um balão sobe: ela está voltando ao seu estado natural.

Digamos, no entanto, que, ao invés de cair, a pedra fique flutuando no ar. Professores e alunos certamente ficariam estarrecidos. Por quê? Porque a natureza estaria contrariando o paradigma. A pedra voadora seria uma anomalia, um fenômeno que não se encaixa na expectativa que temos com relação à natureza.

(Detalhe: uma criança de dois anos não acharia nada de anormal no episódio, pois ela ainda não aprendeu o paradigma segundo o qual as coisas caem quando soltas)

A maioria dos cientistas tende a ignorar as anomalias. “Ei, crianças! Isso é apenas uma alucinação. Essa pedra não está flutuando”, diria o professor.

Mas alguns pesquisadores, jovens e aventureiros, decidem pesquisar a anomalia e descobrem que, para explicá-la, é necessário mudar maneira como vemos o mundo. São as chamadas revoluções científicas.

A história é repleta de revoluções científicas: o heliocentrismo de Galileu; a teoria da evolução, de Darwin; a teoria da relatividade, de Einstein e, mas recentemente, a teoria do caos.

Ao contrário do que se poderia pensar, ou do que nos fazem crer os

livros de história, os cientistas revolucionários dificilmente são aclamados pela sociedade de seu tempo. Galileu quase morreu na fogueira. Darwin sofreu todo tipo de crítica. A teoria do caos chegou a ser acusada de charlatanismo.

A principal contribuição da noção das revoluções científicas parece ter sido acabar com o mito da ciência acumulativa, vista como um muro no qual cada cientista ia acrescentando seu tijolinho. Durante as revoluções científicas, gerações de novos pesquisadores entram em conflito com os cientistas normais. E o que definirá se um paradigma irá sobreviver não é a sua cientificidade, e sim sua capacidade de explicar o mundo. E, bem, há uma outra razão: a comunicação. Triunfam aqueles paradigmas cujos adeptos divulgam seu ponto de vista.

A RELIGIÃO DA CIÊNCIA

O filme *Contato*, baseado em um livro homônimo de Carl Sagan, expõe uma das grandes questões do mundo atual: a religião da ciência. Sabe-se que a ciência acabou ocupando o lugar da religião em grande parte dos corações humanos.

Há dois principais problemas na chamada religião da ciência. O primeiro deles, o fato da ciência se auto-proclamar como a única via de acesso à verdade. Herança da filosofia positivista, essa noção relega todos os outros conhecimentos à condição de superstições. “Só acredito em fatos. Só acredito em algo que possa ser provado”, dizem os adeptos desse ponto de vista. Isso deixa de lado não só a religião, como também a filosofia. Isso porque a filosofia trabalha com hipóteses que não podem ser provadas empiricamente. Ela trabalha com elaborações mentais. Rousseau, por exemplo, dissertou sobre a origem do homem e da sociedade sem nunca ter feito qualquer descoberta científica. Sua única ferramenta era a lógica. Da mesma forma, é impossível provar, de fato, que o mundo das idéias de Platão existe. Assim, ciência

seria a única capaz de formular um pensamento que pode ser provado, um pensamento invariável, certo, seguro.

O outro problema é o fato da ciência achar que não comunga de aspectos da religião, tais como a fé e o dogma.

Para começo, a ciência não é um conhecimento tão certo e objetivo assim. O filósofo T. S. Kuhn demonstrou que os cientistas seguem aquilo que ele chamou de paradigmas, visões de mundo que orientam sua pesquisa. Assim, o que é verdade para um paradigma, pode ser ridículo para outro. Para o paradigma aristotélico, uma pedra caía porque estava voltando para o seu estado natural: o chão. Para um newtoniano, a pedra cai por causa da lei da gravidade. Duas explicações completamente diferentes para o mesmo fenômeno, ambas corretas, para suas visões da natureza.

O paradigma também demonstra que o cientista acredita em algo que não sejam apenas fatos. Os cientistas também têm fé e, de certa forma, um dogma: o paradigma. Claro que o dogma científico não é como o religioso, imutável, inquestionável. A história tem demonstrado que quanto mais aberto e flexível um paradigma, maior a sua sobrevivência. Das três grandes revoluções do século passado, a psicanálise, o marxismo e o darwinismo, a que mais sobreviveu foi a última. Não porque fosse a mais científica, mas porque era a mais aberta. Darwin, ao contrário de Marx e Freud, era um sujeito humilde, aberto a novas idéias, e isso determinou a sobrevivência por mais tempo de seu paradigma, tanto que o paradigma Darwiniano já penetrou em terrenos que até então eram domínios de Freud. A psicologia evolucionista procura explicar aspectos do comportamento humano através da teoria da evolução.

Ainda quanto à fé, gosto especialmente de uma das últimas cenas do filme Contato, quando a personagem de Judie Foster está sendo interrogada pelos senadores. Ela percebe que não tem como provar que realizou realmente sua viagem, mas, ainda assim, acredita. E ela percebe que sua experiência não teve muita diferença da experiência religiosa de um padre. Ainda que céptica, ela tinha fé, uma crença.

Giordano Bruno não tinha como provar que a Terra rodava ao redor do Sol. Ainda assim morreu por sua crença. O que o difere, realmente, dos mártires dos primeiros anos do cristianismo?

IDÉIAS NA VELOCIDADE DO PENSAMENTO

Participo de um lista de discussão na internet sobre temas relacionados à midiologia. Essas listas funcionam da seguinte maneira: todos se inscrevem em um provedor, e os e-mails, com opinião de cada um, são enviados para essa central e depois distribuídos para todos que estão inscritos. Para se ter uma idéia, é como se o correio fizesse uma lista de discussão. Cada pessoa mandaria sua carta para o correio, que se encarregaria de copiá-la e enviá-la a todos os interessados. Com uma diferença: no caso da internet esse processo é imediato.

As possibilidades desse tipo de tecnologia são fantásticas. Ela permite que pesquisadores do Japão, EUA, França e Brasil, possam trocar experiências e opiniões de maneira tão rápida quanto se estivessem na mesma sala, discutindo o assunto. A rapidez com que a ciência pode se desenvolver assim é espantosa.

Antigamente os pesquisadores que quisessem trocar experiências tinham de escrever cartas. Mas elas demoravam uma eternidade para chegar. E você só podia enviar uma carta para cada pessoa. Assim, o debate ficava fragmentado e levava anos, ou até décadas para que o processo de troca de cartas resultasse em alguma coisa.

Como resultado, as teorias científicas ou filosóficas demoravam décadas ou séculos para ficarem superadas. Quem conhece história sabe que na Idade Média um paradigma durava centenas de anos. A escolástica, por exemplo, dominou, quase toda a alta idade Média. Com o desenvolvimento dos meios de comunicação, as idéias começaram a circular com maior rapidez e começaram também a se superar mais rapidamente. Só neste século tivemos mais escolas artísticas

(cubismo, futurismo, surrealismo, dadaísmo, pós-modernismo etc), mais paradigmas científicos (teoria da relatividade, física quântica, teoria do caos) do que em toda a Idade Média.

A tecnologia da informação faz com que o que é novidade hoje não seja mais novidade amanhã. Não faz muito tempo que se descobriu que o Neandertal não é um antepassado do ser humano. Isso foi um choque para quem, como eu, aprendeu na escola que aqueles seres peludos e truculentos eram nossos avós. Agora descubro que o achado de uma criança com características do homo sapiens e dos Neandertais pode significar que talvez sejamos resultado do cruzamento de duas raças... Em outras palavras: mal nos acostumamos com uma informação e já temos outra. Isso faz da nossa época a era das mudanças, das novidades ininterruptas.

O teórico da comunicação Marshall McLuhan dizia que os meios são as mensagens. Ou seja, o importante não é saber o que os novos meios de comunicação estão dizendo, e sim o fato deles existirem e estarem mudando a nossa maneira de pensar e agir.

A internet está mudando nossas cabeças da mesma maneira que a imprensa mudou a cabeça das pessoas na época de seu surgimento. A imprensa tirou o mundo da Idade Média e criou o chamado pensamento linear.

A internet também está mudando o mundo. Ela está nos forçando a tornar muito mais rápidos nossos pensamentos e a aceitar com muito mais facilidade as novidades.

Bem vindo ao futuro.

TODO MUNDO QUER INFORMAÇÃO

Minha mulher me conta que, quando ela e a família moravam no interior, havia um objeto que jamais faltava na casa: o radinho de pilha. Era por ele que chegavam as informações sobre o que estava acontecendo no Estado, no país e no mundo. Essa história demonstra uma característica

essencial do ser humano: a necessidade de informação.

Não importa como (internet, rádio, jornal, televisão), estamos sempre procurando novidades, querendo sair do marasmo do “nada de novo”. Essa necessidade é claramente visível nas crianças. O bebê que leva um objeto à boca está, a seu jeito, procurando informações sobre aquele objeto. É duro? Mole? Gostoso? Amargo? Doce?

Talvez eu seja um exagerado, mas acredito, sinceramente, que todos os grandes projetos da humanidade foram motivados pela busca da novidade.

Por que Colombo descobriu a América? Porque a curiosidade o impelia.

E os portugueses? Por que navegavam? Porque eles buscavam o novo, o diferente, o inusitado. A necessidade de informação era tão grande que eles desafiavam todo e qualquer perigo, real ou imaginário e perseveraram em suas viagens ao redor da costa Africana. Como dizia o poeta, “Navegar é preciso, viver não é preciso”.

Sim, eu sei. Muitos discordarão, argumentando que as grandes navegações tinham como objetivo a busca de riquezas. Verdade. Mas será que riqueza era a única coisa que impelia aventureiros como Cristóvão Colombo? Além disso, para que serve a riqueza? Para comprar novidades. Um vestido novo é uma novidade e, portanto, informação. Nunca ouvi falar de alguém sã que pretendesse ficar rico para viver enclausurado em um quarto vazio.

Quero dar um exemplo recente: a chegada do homem à Lua. Os EUA gastaram milhões de dólares para quê? Para matar a curiosidade humana. O que há lá em cima? Como será andar na lua?

Claro, havia a guerra fria, que dava um grande incentivo ao programa espacial norte-americano. Mas será que foi a guerra fria que fez com que milhões de pessoas acompanhassem os passos de Neil Armstrong? Não. Foi a curiosidade. Todos queriam saber como seria a chegada da nave à Lua, o que aconteceria com os destemidos astronautas...

Essa é a razão pela qual a profissão de jornalista é tão importante: a matéria-prima do jornalismo é a informação. É o jornalista que leva as

novidades às pessoas, seja através da internet, da televisão, do jornal ou de um radinho de pilha em uma casinha na beira do rio...

EXÉRCITO DE UM HOMEM SÓ

Geralmente em formato pequeno e tiragens de 100 ou menos exemplares, as publicações alternativas formam uma rede rápida, livre e absolutamente original de informações.

Os tipos mais comuns de publicações alternativas são os fanzines. Eles surgiram na década de 20, nos EUA, e eram geralmente feitos por fãs de ficção-científica. A reprodução era feita através de mimeógrafo. Até mesmo os criadores do Super-homem, Jerry Siegel e Joe Shuster, tiveram seu fanzine e foi nele que apareceu a primeira versão do homem de aço. Era um vilão (sim, um vilão!) careca e feio que controlava o mundo através de seus poderes extraordinários.

Mas, embora já existissem desde o início do século, os zines só ganharam força com os movimentos de rebeldia dos jovens, na década de 60. Eles se mostraram um ótimo veículo para divulgar as idéias de uma geração que pretendia mudar o mundo.

Surgiram fanzines sobre política, música, literatura e quadrinhos. Havia até alguns que davam dicas de como agir no caso de repressão policial a uma passeata estudantil.

Hoje os fanzines já não têm mais a pretensão de mudar o mundo, mas continuam sendo o veículo mais interessante e fácil para quem pretende divulgar suas idéias, mas não tem acesso às grandes mídias.

Qualquer um que tenha uma máquina datilográfica, ou um computador, cola, papel e dinheiro para pagar o xerox, pode fazer um zine. Qualquer um pode fazer um fanzine. E é justamente essa pluralidade de assuntos que se tornou o principal mérito dessas publicações. Há desde os radicalmente políticos, como os dos punks, até os religiosos, como os dos carismáticos e evangélicos.

Para se ter uma idéia da quantidade de publicações, basta dar uma

olhada no Informativo de Quadrinhos Independentes. Editado bimestralmente, ele traz um catálogo com dezenas de publicações, dos mais diversos Estados, do Amapá ao Rio Grande do Sul.

A democratização da informação e a liberdade de opinião são um lugar-comum nos fanzines, um mundo essencialmente democráticos. Mas a liberdade de opinião não é o único mérito dos zines. Eles são também um espaço de experimentação.

Da mesma forma que os filmes independentes (como Pulp Fiction e A Bruxa de Blair) renovam a linguagem do cinema americano, os zines renovam a linguagem literária e gráfica. Até mesmo as grande editoras já perceberam isso. Os suplementos juvenis dos jornais geralmente apresentam um grafismo semelhante ao das publicações alternativas. Entre as revistas, são várias as que apresentam essa característica: Trip, Web e as extintas Caos e Set Terror e Ficção.

Sejam políticos, religiosos, de quadrinhos ou de música, os fanzines se constituem verdadeiros exércitos de um homem só, divulgando idéias e renovando a linguagem jornalística e artística.

APOCALÍPTICOS E INTEGRADOS

No livro Apocalípticos e Integrados, Umberto Eco faz uma crítica às duas principais teorias de comunicação deste século.

Os integrados seriam os funcionalistas norte-americanos. Para eles, tudo que a Indústria Cultural faz é uma maravilha. Tudo é bom. O melhor programa de TV é aquele que tem a maior audiência, a melhor música é aquela que está na moda. Se o É o Tchan faz sucesso, não tenha dúvida: a sua música é de ótima qualidade, senão não venderia tanto.

Os apocalípticos seriam os adeptos da escola de Frankfurt. Para eles, a Indústria Cultural é má por princípio, pois ela manipula as pessoas. As

propagandas manipulam você para que você tome Coca-Cola, para que você fume cigarros Hollywood. Grupos como É o Tchan fazem sucesso porque o público é manipulado para gostar deles.

Os defensores mais radicais da escola de frankfurt defendem que nada que a Indústria Cultural produz é arte, pois arte não é feita para ser vendida. Assim, Spirit (a história em quadrinhos que revolucionou a linguagem da HQ) não é arte, Cidadão Kane (considerado o melhor filme de todos os tempos) não é arte. São apenas iscas para nos enganar e nos fazer acreditar que a Indústria Cultural pode produzir arte. Os apocalípticos têm como bandeira a divisa: “Tudo que faz sucesso é de má qualidade”.

Eles ignoram que somos capazes de perceber a manipulação e resistir a ela. Eu, por exemplo, odeio Coca-Cola e acho cigarro um vício fútil. As propagandas de cigarro e Coca-Cola só contribuíram para me afastar desses produtos. E não sou o único. (Devo admitir, entretanto, que já tive os meus dias de apocalíptico. Houve um tempo em que eu acreditava piamente que era impossível escrever uma boa telenovela. Mudei de opinião quando vi Renascer, de Benedito Rui Barbosa).

A posição apocalíptica frequentemente redundante em algo como “Os filmes de Charles Chaplin não têm valor estéticos e foram feitos apenas para inculcar a ideologia norte-americana nos países do terceiro mundo”.

Por outro lado, a posição integrada pode ser exemplificada por aqueles que adoram toda e qualquer coisa que é produzida pela Indústria Cultural. Pessoas que assistem televisão sem diferenciar o que é um bom programa de um péssimo programa. Aliás, a maioria dessas pessoas, prefere os péssimos programas, pois são os mais assistidos. Os integrados costumam ligar a televisão de manhã e só desligá-la à noite, transformando-a numa caixinha hipnotizadora que nos atrai e nos impede de realizar qualquer atividade mais criativa.

Nenhuma dessas posições me parece a melhor para ver a questão. Concordo plenamente que a maior parte do que é produzido pela Indústria Cultural é lixo. Basta ligar a televisão num dia de Domingo

para constatar isso. Há momentos em que se tem apenas programas de auditório imbecilizantes em que o máximo de raciocínio que se pede o expectador é tentar adivinhar quem vai acertar a torta na cara de quem. Mas também acredito que é possível fazer coisas boas em qualquer gênero, em qualquer formato. A existência de programas televisivos como A Comédia da Vida Privada (que infelizmente durou pouco tempo), Simpsons e Millenium provam isso.

O humor de Simpson ou da Cómédia são daquele tipo que obriga o expectador a pensar. Se não houver raciocínio, não há o riso. Um pouco diferente dos programas de auditório em que o público é condicionado a rir em determinado momento. É como se os diretores dissessem “Atenção. No momento em que a gravata do personagem subir, todo mundo ri, certo?”. E, para ter certeza de que o expectador tenha realmente compreendido a mensagem, eles ainda colocam risos de fundo. E a mesma piada é repetida duas, três, quatro, cinco vezes.... No campo da música, um exemplo de que há um público ávido por coisas inteligentes foram os Beatles. Mesmo fazendo uma música revolucionária e difícil, eles conseguiram vender mais que qualquer outro grupo musical.

Na verdade, o público inteligente só não é maior porque há poucas opções.

MEGALÓPOLIS DE INFORMAÇÃO

Em plena década de 60, o filósofo Marshall McLuhan fez uma previsão curiosa: “ A cidade do futuro, de circuitos elétricos, não será esse fenomenal aglomerado de propriedade imobiliária concentrada ao redor da ferrovia. Ela adquirirá um significado inteiramente novo sob condições de movimentação extremamente rápida. Será uma megalópolis de informação. O que resta da configuração das cidades “anteriores” se

parecerá muito com as feiras mundiais - lugares onde se exibem novas tecnologias, não lugares de trabalho ou moradia”. Na época a maioria das pessoas não deu muita bola. Entretanto, a tendência está mostrando que o autor do conceito de aldeia global acertou mais uma vez. As cidades do futuro serão megalópolis de informação.

Para entender o que isso quer dizer, é necessário voltar no tempo e entender porque as cidades se formaram.

Os povoados surgiam para suprir algumas necessidades. A primeira delas, a de contato humano. Aristóteles já dizia que o homem é um ser social. Não conseguimos viver sozinhos e a cidade nos permite conseguir facilmente relacionamentos com outras pessoas.

Além disso, as cidades eram os locais onde você poderia encontrar tudo que necessitava. Não é por acaso que muitas cidades surgiram ao redor de feiras, como é o caso de Feira de Santana, na Bahia. Morar próximo ao local em que as pessoas comercializam é a certeza do acesso aos produtos essenciais sem grande gasto de energia.

Muitas cidades surgiam ao redor de ferrovias e portos justamente pela facilidade de acesso ao transporte e aos produtos transportados.

É interessante notar que tudo que a cidade oferecia (produtos, relacionamento humano, transporte) pode ser considerado informação. Informação é tudo que é novidade, que foge do comum e a cidade era o local onde a informação estava. Portanto, podemos dizer que as pessoas formavam as cidades em busca de informação.

Pois bem. Hoje não há mais necessidade de proximidade física para o acesso à informação. Através da internet eu consigo me comunicar com amigos que moram em outros estados com mais facilidade que com pessoas que moram no mesmo bairro. Através das lojas virtuais, é possível comprar qualquer produto e recebê-lo em casa sem precisar se deslocar um único quilômetro.

Até mesmo os produtos estão se tornando virtuais. Os livros, por exemplo. Antes era necessário se deslocar até a livraria. Se a pessoa não morasse em um local que tivesse livraria, precisaria viajar, gastar com a ida e a volta. Hoje basta entrar em uma livraria virtual, dar o

número do cartão de crédito, receber uma senha e fazer o download. O processo, da compra ao produto, passando pela transferência de propriedade, é completamente virtual.

Além disso, o próprio ambiente de trabalho está se tornando virtual. Muitas pessoas fazem seu trabalho em casa, enviam pelo computador e recebem pelo banco virtual. Um amigo meu mora no subúrbio de Belém e trabalha para os EUA. E eu mesmo colaboro com publicações nas quais nunca coloquei o pé.

Se não é mais necessário morar na cidade grande para trabalhar, comprar produtos ou ter contato com as pessoas, para que as pessoas enfrentariam engarrafamentos, poluição, violência e todas as coisas negativas das metrópolis?

A tendência, portanto, é que as pessoas comecem a se afastar dos grandes centros, procurando locais que não tenham os problemas das grandes cidades. A cidade irá se dispersar, e cada um que tiver acesso aos meios de comunicação será seu cidadão. As megalópolis serão definidas não mais por suas extensões físicas, mas por sua capacidade de transmissão de informações. De certa forma, podemos dizer que isso já começa a acontecer com os grandes portais da internet. Em certo sentido, eles já são verdadeiras megalópolis de informação...

O FASCÍNIO DA FICÇÃO CIENTÍFICA

Se há um gênero capaz de arrebatrar multidões e criar legiões de fãs, esse gênero é a ficção científica. Algumas das maiores bilheterias de todos os tempos são filmes de ficção científica: ET, 2001, Matrix, Guerra nas Estrelas. Além disso, há os ruidosos fãs de Jornada nas Estrelas, Arquivo X e Perry Rhodan, que nos levam a perguntar: o que a ficção científica tem de tão fascinante?

Creio que a resposta pode estar em duas palavrinhas básicas da cibernética: informação e redundância. O ser humano busca a informação, a novidade, a originalidade... e foge da redundância, da chatice, da mesmice.

Prova disso é o processo de hipnose. Ela é um transe provocado pela mente como uma forma de defesa contra um estímulo altamente redundante.

O hipnotizador repete à exaustão as mesmas palavras, sempre num tom de voz monótono. A mente se nega a continuar a receber o estímulo e simplesmente desliga.

Nós fazemos isso no nosso dia-a-dia. Quando alguém tenta nos contar algo que para nós é redundante, cortamos logo: “Ei, isso eu já sei!”. Por outro lado, sempre procuramos novidades. Essa busca de novidade é a mãe da fofoca e de seu irmão nobre, o jornalismo.

A ficção científica nos fascina por apresentar um estímulo altamente informativo. Através dela, temos contato com uma realidade completamente diferente da nossa: roupas inteligente, carros que voam, viagens espaciais...

Tudo na ficção científica é informativo, dos equipamentos sofisticados aos hábitos das pessoas. Lembro de uma história da série de livros Perry Rhodan em que os humanos encontram seres que vivem em um planeta alagado. Eles haviam desenvolvido lábios inferiores salientes para coletar cogumelos e usavam saias de madeira que lhes permitiam ir aos locais mais fundos sem afundar.

Mas nem todo mundo tem a mesma abertura para a novidade. Pessoas de baixo repertório preferem programas, livros e filmes redundantes. O mundo completamente diferente da ficção científica as assusta. Quantas vezes não vemos indivíduos que são absolutamente incapazes de compreender um filme de ficção científica? É informação demais para eles. Não é à toa que algumas pessoas até hoje se recusem a acreditar que o homem chegou à Lua.

Se formos procurar os fãs de ficção científica, vamos encontrá-los entre os jovens (é notória a abertura para tudo que é novo dessa idade) e

entre as pessoas de maior repertório: são elas que têm maior necessidade de informação e a encontram nas viagens espaciais de Jornada nas Estrelas ou nos enigmas insolúveis de Arquivo X.

A SEMIÓTICA E O DISCO DO TOM ZÉ

Recentemente recebi pela internet a capa de um disco do Tom Zé. A imagem mostrava um belo olho humano encimado pelo texto “TOMZÉTODOSOSOLHOS”. Fiquei surpreso ao saber, através do remetente, que a imagem era, na verdade, a foto de um ânus. Procurando no meu arquivo de revistas Caros Amigos, encontrei um trecho da entrevista com Tom Zé (Caros Amigos, 31, p. 34) em que ele confirmava a informação: “Em 1973 fiz o disco chamado Tom Zé Todos os Olhos, que tem um cu na capa”. Como eu e todas as pessoas que tiveram contato com o disco - inclusive os censores - puderam confundir uma parte tão desprestigiada do corpo humano com o olho, o chamado espelho da alma?

A resposta, parece-me, está na semiótica, até porque o autor da capa, o poeta Décio Pignatari, é uma das maiores autoridades sobre o assunto no Brasil.

Semiótica é a ciência que estuda os signos. Signo é tudo aquilo que substitui alguma coisa. Se falo mesa, o signo linguístico mesa está substituindo o objeto mesa.

Há três tipos básicos de signos: ícones, índices e símbolos.

Os ícones são semelhantes à coisa representada. O desenho de uma mesa é semelhante ao objeto mesa e qualquer um pode perceber isso. Poucas pessoas precisam de explicações quando vêm uma foto, por exemplo. Os ícones não precisam de repertório para serem compreendidos e sua assimilação é imediato. Exemplos de ícones são desenhos, fotos, filmagens e esculturas.

Os índices são aqueles signos que guardam uma relação de

contiguidade com a coisa representada. Ou seja, ao vermos um índice, percebemos que o objeto está próximo. Nuvens negras são um indício de que vai chover, pois todo mundo sabe que essas nuvens costumam ser acompanhadas de chuva. Chão molhado é indício de que choveu. Fumaça é indício de que há fogo por perto. Os agricultores conseguem perceber se o tempo vai ser chuvoso ou seco através dos indícios da natureza.

Finalmente, temos o tipo mais complexo de signo: os símbolos. Estes não guardam qualquer relação de semelhança ou de contiguidade com a coisa representada. Ou seja, são arbitrários, culturais, convencionais. Convencionou-se que o objeto mesa seria representado pelo conjunto de sons “mesa”, embora ambos não tenham qualquer relação entre si. Signos linguísticos são exemplos de símbolos (embora algumas palavras tenham caráter icônico, como é o caso das onomatopéias, que imitam o som das coisas e animais).

Há símbolos não linguísticos. É o caso, por exemplo, do crucifixo. Um desavisado pode achar que a imagem representa um homem sendo torturado, mas um cristão sabe que se trata do símbolo do cristianismo. Esse é o caso de um ícone que se tornou símbolo. Há outros semelhantes: os pinguins que representam a Antártica, a foice e o martelo que representam o comunismo, o urso polar que representa a Coca-Cola... Os signos podem, portanto, mudar de significado. Isso ocorre através de um processo de contaminação. Essa contaminação pode ser por similaridade ou contiguidade.

Um exemplo de contaminação por contiguidade: a palavra loucura ao lado de uma foto de uma mulher faz o leitor interpretar que a mulher é louca, apenas pelo fato de que os dois signos estão próximos. A palavra ladrão ao lado de uma foto de um político nos faz imaginar que ele não é honesto, embora o texto não esteja dizendo isso diretamente. A minissérie A Muralha usou um processo de contiguidade para demonstrar que a personagem Isabel havia se transformado em uma onça. A cena que mostrava a moça se fundiu com outra que mostrava uma onça. Os espectadores mais espertos conseguiram ler a metáfora visual:

Isabel é uma onça.

O processo de contaminação pode ser por semelhança, ou analogia. Dois signos semelhantes contaminam um ao outro. Na palavra ROODA as letra O lembram rodas. A águia é o símbolo dos EUA e da liberdade americana. Se mostramos uma foto da águia e de uma avião, o avião passa a significar a liberdade americana por um processo de semelhança (ambos têm asas) e contiguidade.

Na capa do disco do Tom Zé o autor usou processos de contaminação por contiguidade e semelhança para driblar a censura. Segundo as informações que tenho, a capa foi de responsabilidade do poeta concretista Décio Pignatari, um dos maiores especialistas brasileiros em semiótica e teoria da informação. No próximo artigo explicarei como Pignatari usou o processo de contaminação semiótica para fazer todos acreditarem que viam um olho onde só havia algo que não é nem um pouco parecido com um olho.

A SEMIÓTICA E O DISCO DO TOM ZÉ II

Em artigo anterior, falei do disco TODOSOSOLHOS, lançado por Tom Zé em 1973. Embora todo mundo tenha interpretado a imagem da capa como um olho, recentemente o próprio compositor admitiu que se tratava de um ânus. Pretendo aqui mostrar como foi possível que todos confundissem duas partes tão distintas do ser humano.

As informações que tenho indicam que o autor do truque é o poeta concretista e semiólogo Décio Pignatari. Ele queria driblar a censura da época e, para isso, fotografou um ânus em ângulo bastante fechado. Para simular as pupilas, ele colocou no orifício uma bola de gude. Pignatari sabia que, quando decodificamos um ícone (uma foto, um desenho), nossa mente procura identificá-lo com coisas que tenham semelhança com ele. Assim, a bola de gude e o ângulo fechado da foto providenciaram essa semelhança com um olho.

Além do processo de semelhança, há um outro, igualmente importante

na semiótica, que é a contiguidade. Dois signos, colocados próximos, contaminam um ao outro. Uma foto de uma cidade encimada pela palavra calor nos faz pensar que aquele local é quente.

No disco do Tom Zé, a foto é acompanhada do seguinte texto: TOMZÉTODOSOSOLHOS. Assim mesmo, tudo junto.

A primeira coisa que chama atenção é a presença da palavra olho. É ela que vai direcionar a leitura da foto, levando o leitor a acreditar que a imagem se trata de um olho.

Há um outro detalhe importante. Olhe de novo o texto:

TOMZÉTODOSOS OLHOS. Qualquer um percebe que há uma grande quantidade de letras O que, pela disposição do texto, lembram pupilas humanas. É como se o próprio texto simulasse olhos, transformando-se, assim, em ícones.

Tudo isso, a conformação da foto, a palavra olhos e o texto transformado em ícone de olhos, leva o receptor a pensar que se trata de uma imagem de um olho.

A segunda leitura, ânus, fica como subliminar. Ela vai direto para o inconsciente.

Se os censores fossem um pouco mais inteligentes, ou entendessem mais de semiótica, eles dificilmente deixariam passar o disco do Tom Zé...

O MODERNO PROMETEU

Ou aspectos éticos do Livro de Mary Shelley

Muitos conhecem o personagem Frankstein, especialmente graças às suas adaptações cinematográficas, mas poucos conhecem sua origem. Uma quantidade ainda menor de pessoas sabe que o livro que lançou o mito foi um dos primeiros a discutir a ética científica.

A história tem sua origem em uma noite sombria do ano de 1816. O poeta Lord Byron, que havia fugido da Inglaterra, encontrava-se em um castelo à beira do lago de Genebra e junto com ele estavam vários

outros intelectuais e escritores, entre eles Percy Shelley e a sua mulher Mary.

O grupo divertia-se contando histórias de fantasmas e estabeleceu-se um concurso para saber quem escreveria a história mais aterrorizante. Para espanto de todos, foi Mary, uma desconhecida até então, que conseguiu vencer o concurso. Ela se baseou nas pesquisas do anatomista italiano Liiigi Galvani com a eletricidade. Enquanto dissecava uma rã, ele descobriu, acidentalmente⁴ que os músculos da mesma se contraíam quando percorridos por uma corrente elétrica (Muitas crianças fazem essa experiências na escola, mas sem ter a menor idéia de sua origem ou importância. Uma situação típica da prática mecânica e sem criatividade do ensino tradicional...).

Intrigado, Galvani repetiu o experimento, publicando os resultados no livro *De Verbis Eletricitatis*.

Uma conseqüência imediata da descoberta foi a percepção de que a eletricidade tinha uma relação íntima com a vida. Alguns começaram até a cogitar a possibilidade de se criar vida artificial através da eletricidade. Mary partiu dessa idéia para construir sua história. Nela, o doutor Victor Frankstein (ao contrário do que pensa a maioria das pessoas, esse é o nome do cientista, e não do monstro) rouba cadáveres e, juntando os órgãos de um e de outro, monta um novo ser, que é trazido à vida graças a uma descarga elétrica. Vendo o resultado de sua experiência, Victor se arrepende e abandona a criatura, que passa a persegui-lo.

O livro, além de ser o marco fundador do chamado romance científico (mais recentemente chamado de ficção científica), traz outras características interessantes. A principal delas é a discussão sobre o limite ético da ciência. O extraordinário é que tal discussão se desse em plena modernidade.

A ciência surge na era moderna como uma utopia. Não só o mundo, como a vida de cada pessoa seria melhorada com os avanços científicos. A era da razão, propagada pelo iluminismo, tiraria a civilização das trevas da ignorância representadas pela Idade Média.

Essa crença cega na razão e na ciência é predominante na modernidade. Entretanto, essa visão idílica foi totalmente abalada com a explosão da bomba atômica sobre Hiroshima. Ficou claro, então, que a mesma ciência que trazia conforto, saúde e felicidade, poderia trazer horror, morte e destruição.

Mais tarde os estudantes rebeldes de maio de 68 também criticaram o caráter ideológico da ciência, seu envolvimento com o poder e a manutenção do status quo.

Boa parte dessa discussão pós-moderna é antecipada por Shelley em seu livro. Frankstein não tem o senso ético que deveria nortear sua pesquisa. O conhecimento visando apenas o conhecimento, sem uma preocupação com os resultados. Tanto que, ao ver o monstro, ele simplesmente o abandona, deixando-o à própria sorte.

O livro de Mary é cada vez mais atual. Afinal, com o desenvolvimento da genética, o homem pode, afinal, criar um ser humano artificial, Os obstáculos para tal experiência não são técnicos (a tecnologia para tal, se ainda não existe, existirá em pouco tempo), mas éticos.

Gian Danton

Pseudônimo de Ivan Carlo Andrade de Oliveira. É jornalista, professor, roteirista e escritor. Mestre em comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo.

Tem realizado trabalhos para publicidade, como o roteiro do desenho animado “SUS”, para a Secretaria de Saúde de Curitiba.

Sua produção literária inclui um livro infantil (Os Gatos, editora Módulo), um artigo na coletânea de artigos acadêmicos Histórias em Quadrinhos no Brasil: Teoria e prática e o livro Spaceballs, publicado pela Associação Brasileira de Arte Fantástica.

Colabora com vários sites e publicações, além de manter uma coluna fixa no jornal O Liberal Amapá.

Produz roteiros de quadrinhos desde 1989, quando estreou na extinta

revista Calafrio. Sua produção de roteiros para quadrinhos inclui histórias para as editoras Nova Sampa, ICEA, D´arte, Brazilian Heavy Metal, Metal Pesado e para a editora norte-americana Phantagraphics.

Seu trabalho mais recente na área de quadrinhos foi o roteiro e a edição de texto da revista Manticore pelo qual ganhou os prêmios Ângelo Agostini (melhor roteirista de 1999) e HQ Mix (melhor lançamento de terror).

Mantém o site Idéias de Jeca-tatu (<http://www.lagartixa.net/jecatatu>), único no Brasil especializado na discussão sobre roteiro para quadrinhos.

É membro titular e editor da revista eletrônica do Grupo de Trabalho Humor e Quadrinhos do Congresso de Comunicação Intercom.

É professor titular de Língua Portuguesa do Centro de Ensino Superior do Amapá - CEAP e de marketing, publicidade e propaganda e redação jornalística do Sistema de Ensino Superior da Amazônia - SEAMA.

Para corresponder com Gian Danton escreva: calliope@uol.com.br