

A LEITURA NA PERSPECTIVA DA CULTURA CONTEMPORÂNEA

Angela Maria da Costa e Silva Coutinho – Centro Federal de Educação Tecnológica de Química de Nilópolis / RJ – CEFET-Química de Nilópolis/RJ

A apreensão de cultura e de saber no curso deste início de século XXI é ação inevitável a qualquer criança, jovem ou adulto que abra os olhos todas as manhãs. Essa ação de abrir olhos acontece no sentido literal de o sujeito acordar e já ter disponível para si as imagens de um noticiário televisivo, a viagem virtual pelas luzes e as cores da mídia eletrônica e as letras dos jornais diários. A virtude de abrir o olhar, fortalecê-lo, como o é facultado, alegoricamente, ao personagem Neo do filme Matrix de 1999, dos autores Andy e Larry Wachowski, no entanto, é tarefa que exige esforço humano, que despende energia humana. No filme, o personagem tem a oportunidade de uma escolha inusitada – representada por duas cápsulas mostradas nas mãos do personagem Morfeu –, entre a realidade da destruição do planeta e do aprisionamento dos corpos, e a outra realidade gerada pelo computador. Esta última, chamada Matrix, é, para Morfeu, o mundo dos sonhos, onde os humanos não têm consciência nem do simulacro, nem da própria prisão. É dessa forma que, ao meu ver, entramos no novo século, com muita coisa para ser vista, lida, escolhida. Entendo, também, que a criança e o jovem (quem sabe o adulto) querem ajuda para olhar essa profusão de informações e novidades transmitidas pelas fontes e meios diversos, com estruturas e repertórios em intenso dinamismo.

O texto narrativo do escritor uruguaio Eduardo Galeano termina com um pedido de um menino ao seu pai: “*Me ajuda a olhar!*”. Esse pedido é absorvido pelos sentidos do leitor e o faz retornar ao início do texto, quando é declarado que “Diego não conhecia o mar” e depois, que ele e seu pai viajaram para o sul, e depois de muito caminhar, alcançar as alturas de areia, e ver a imensidão do mar na frente de seus olhos, o menino fica mudo de beleza. Aí, tremendo, gaguejando, faz o pedido. A partir desse olhar pode-se perceber o despertar dos outros

sentidos: de ouvir, de cheirar, de tatear, e a faculdade da fala. Essa dimensão sensorial agiliza a compreensão do poético que, por intermédio das palavras, mobiliza a percepção estética e formula imagens virtuais na mente do leitor. Quanto a esse fenômeno da percepção estética Hans Robert Jauss declara que

A interpretação de um texto poético já sempre pressupõe a percepção estética com compreensão prévia; só deve concretizar significados que parecem ou poderiam parecer possíveis ao intérprete no horizonte de sua leitura anterior. (...) Cada leitor conhece a experiência que muitas vezes o significado de um poema se torna claro apenas numa segunda leitura, após retornar do final ao início do texto. Num caso destes, a experiência da primeira leitura torna-se o horizonte da segunda leitura: aquilo que o leitor assimilou no horizonte progressivo da percepção estética torna-se tematizável no horizonte retrospectivo da interpretação. (In: LIMA (org.), 2002:877-878)

A criança e o jovem têm as informações disponíveis na escola, nas bancas de jornal, nas livrarias, nas feiras de livros, nas salas de cinema, na própria casa, por meio de aparelhos individuais como televisão, vídeo, DVD, rádio, celular, CD, e, quem sabe, esteja chegando no país, nesse momento, um novo aparelho, (ou um aparelho já conhecido contendo algumas modificações no seu funcionamento); ou uma nova fonte de transmissão de mensagens com estrutura revolucionária que vá exigir do usuário a rápida compreensão de um novo repertório para operar esse aparelho? Essas exigências de rapidez de apreensão de repertórios e de estruturas das mensagens são recorrentes nos produtos da indústria cultural e já foram absorvidas pelos usuários. O problema é que a leitura e a apreensão dos significados desses produtos diferem da leitura e da apreensão da mensagem estética, uma vez que esta requer um esforço humano que dê conta de compreender a complexidade das significações encapsuladas nos seus signos em associação com os significados de outros signos, de compreender os sentidos das figuras de palavras, dos arranjos verbais e alusões que requerem conhecimento e saber subjacentes, menos vocabular que cultural. Dessa forma, visando esse esforço, a mensagem estética torna-se um produto cujos desafios levam o leitor a necessitar de ajuda na atividade leitora, propriamente dita, de um

reforço na sua memória cultural e na relação entre o seu olhar o texto, para que, ao operar a ação interpretativa dos signos, a mensagem provoque a modificação almejada, qual seja a de agregar prazer estético, novo conhecimento, novo saber. Enquanto isso a outra mensagem, a utilitária, apresenta desafios compatíveis aos saberes do leitor contemporâneo, modificando-o, por assim dizer, de modo horizontal, ou seja, agregando saberes oriundos da mesma fonte, provocando variações de conhecimento, porém, na mesma base que é a tecnológica. Essa, me parece, é uma armadilha, quase que intransponível, pelo menos enquanto os olhares humanos estiverem, preferencialmente, distraídos com as maravilhas tecnológicas e pouquíssimo atraídos para o entendimento de questões humanas, e para as realidades poéticas e artísticas criadas pelo homem que envolvem questões inerentes à história dessa geração, que devem ser tocadas, discutidas, pelos seus membros.

Ao abrir as páginas do jornal *Folha de São Paulo*, da segunda-feira, 2 de julho, destaquei no “Folhateen”, página 8, uma notícia sobre o novo filme da Warner, *Harry Potter e a ordem da Fênix*. Foi noticiado que aquela empresa cinematográfica obrigou todos os jornalistas a assinarem um documento comprometendo-se não publicar nenhuma resenha antes do dia 8 de julho, como estratégia do estúdio de ter o máximo de espaço na imprensa na semana do lançamento. O jornalista Ivan Finotti avaliou essa atitude dizendo o seguinte:

É engraçado como o estúdio inverte os valores do jornalismo nessa questão. Um jornalista que assiste ao filme e escreve sobre ele será considerado sem ética se não publicar sua crítica no dia em que o estúdio acha melhor. Talvez tenha um problema de valores quem usa poder para controlar os outros e, assim, ganhar o máximo possível.
(...)

O leitor do referido caderno, se estiver atento, ao ler essas palavras, deve perceber o jogo do mercado cultural e os seus interesses econômicos, a não ser que se distraia com a notícia da página 11 que anuncia o novo game do Harry Potter na versão para Wii: “controle funciona como varinha mágica”. Eu não sabia

o que significava essa nova modalidade e recorri à Internet. Solicitei o significado do termo no Google e, depois de clicar em uma quantidade significativa de respostas, encontrei uma que me disse que “Wii é o novo nome da revolução. Wii vai quebrar aquela barreira que separa os jogadores de videogame do resto das pessoas(...) Wii soa como ‘we’ que enfatiza que o console é para todos”. Essas informações novas, parece, fazem o leitor, pelo menos momentaneamente, sentir-se respirando o poder de estar à frente em conhecimento, como se ele desfrutasse esse deleite. A mensagem, fresca e nova, propicia a constituição de um ponto de pauta importante na agenda de assuntos a serem conversados nos grupos de amigos, no sentido da transmissão de um conhecimento com estatuto de ineditismo. Essa sensação de poder, quem sabe, obscureça no jovem o sentido da denúncia feita pelo jornalista? Ou, provavelmente, esse mesmo leitor do “Folhateen” irá virar a página do caderno e ler os quadrinhos da Chiquinha cuja referência é www.insanus.org/chiqsland, e perceber, se proficiente for, a crítica e a ironia aos processos de veiculação desses tipos de produtos e do acesso aos mesmos. Nesses quadros lê-se uma história que destitui o herói dessa sua posição. Seleciono os três primeiros.

Quadro 1 – imagem da escritora sentada em uma cadeira de alto espaldar, de cor verde, diante de uma mesa, em posição de quem está dando uma entrevista. Acima de sua cabeça está escrita esta rubrica que trata do contexto da estória: “Está completa a saga! Após mais de 300 milhões de exemplares vendidos ao redor do mundo e 5 mega produções cinematográficas, a escritora britânica J. k. Rowling é a mulher mais rica da história da literatura e está pronta para abandonar seus personagens pra sempre!!! Um balão com a seta voltada para a cadeira da escritora tem escrito a palavra MONT BLANC e outro balão indica a fala da escritora: “Vocês têm mais é que me agradecer! Graças à minha mente fértil e mercadológica, viveram inesquecíveis aventuras!”

Quadro 2 – imagem dos personagens das estórias – com os braços estendidos para o alto e os olhos esbugalhados dentro dos óculos – com a rubrica: “E aí estão eles, soltos pela vida, sem ninguém para guiar suas trajetórias”. O balão de cor amarelo-ouro, com formato de raios, indica a fala dos

três personagens: “E AGOOOOORAAAAA!?” No balão de um outro personagem de longas barbas brancas, posicionado abaixo dos braços dos três, está escrito: “Bom, eu vou continuar fazendo meus bicos de Papai Noel...”

Quadro 3 – imagem de um mendigo, de óculos, vestido com um barril, em um monturo infestado de ratos. A rubrica, no topo do quadro diz o seguinte: “E o nosso mocinho?! O que o futuro reserva para o querido jovem bruxo? IHH, parece que agora seu nome é...” Aparece o nome no quadro, sem nenhum balão, com as letras no formato das que figuram, como marca, nos conhecidos produtos (livros, filmes e outros): “*HARRY POBRE*”. Um balão indica a fala de um dos ratinhos: “Flautista de Hamelin?”

É possível constatar com esses exemplos que o consumo do saber em nossos dias confirma a posição da teoria crítica que, segundo Adorno,

“deve partir do ataque à raiz da sociedade moderna, pelo desvio assumido no desenvolvimento iluminista, pela razão se transformando em instrumento do ‘sistema’ . (...) Assim, a racionalidade, que está na base da civilização industrial, é apontada como um alicerce podre. (...) (FERREIRA, 2003: 109-110).

E

Quanto mais sólidas se tornam as posições da indústria cultural, tanto mais brutalmente esta pode agir sobre as necessidades dos consumidores, produzi-las, guiá-las e discipliná-las, retirar-lhe até o divertimento. (M. Horkheimer e T. Adorno. Apud: FERREIRA, 2003: 110-111)

Também é típico o processo de agendamento na proposta de massificação dos saberes dos indivíduos. O *agenda setting* é uma espécie de influência que consiste em uma agenda coletiva, sendo que o público reserva assunto para sua conversa do dia-a-dia com temas dos *mass media*. Essa imposição é feita pelo viés da ordem do dia dos meios de comunicação, e pela relevância dada por esses meios a determinados assuntos. Assim, aquela matéria sobre o filme da Warner estará de forma prioritária nas conversas do público, e será o comentário do dia ou da semana, por um número significativo de pessoas, devido à sua

inserção massiva nos diferentes meios de comunicação, enquanto outros assuntos serão apagados , durante esse tempo, dessa agenda pública.

Na perspectiva do *agenda setting*, pode-se observar uma sociologia cognitiva, onde os indivíduos adquirem sua visão de mundo proveniente da agenda estipulada, ao longo do tempo, pelos *mass media*. O efeito é ressaltado pelo seu aspecto cumulativo. A mesma assimetria constata-se nesta abordagem referente à força dos *mass media* e a fragilidade do público ou dos indivíduos. (FERREIRA, 2003 : 112)

Por outro lado, o jornal, o cinema, a TV, a Internet, as feiras literárias veiculam informações, personagens e pessoas que, na sua falta, ficaria aberta uma lacuna considerável nos processos de circulação do conhecimento para a sociedade atual. Não se trata de referendar o poder da indústria cultural. O que se deseja nesta reflexão é não adiar a resposta para o Diego, aquele personagem do conto de Eduardo Galeano. A resposta à “ajuda” para olhar, que deve ir além do oferecimento de temas estereotipados como apropriados para a escola e preparados para atender a uma classificação etária arbitrariamente. Essa ajuda para olhar, deve ser um autêntico reforço no olhar, por meio de uma tomada de consciência de educadores, produtores culturais, pedagogos, familiares, enfim, pela responsabilidade das pessoas de bem que amam a cultura, a criança e a juventude desse país, no sentido de fazer a caminhada com eles (assim como o fizeram os personagens pai e filho no conto), procurando discutir o que ensina Walter Benjamin sobre as alterações da realidade histórica, ao dizer que: “No interior de grandes períodos históricos, a forma de percepção das coletividades humanas se transforma ao mesmo tempo que seu modo de existência” (BENJAMIN,1994:169). Dessa forma o que se deseja é um olhar aberto por parte de nossas crianças e jovens contemporâneos, é urgente que o pensamento se fortaleça, de modo a ser possível distinguir os saberes que necessitam do próprio esforço para serem apreendidos, e que se possa ajudar as crianças e os jovens na ação desse esforço e, antes, ajudá-los na escolha, incentivá-los a desejar coisas inusitadas, ajudando-os a realizar esses desejos. Um pouco inspirados

em Galeano e nos irmãos Wachowski, especialmente nos personagens dessas obras que desejam, fazem escolhas, e reforçam o próprio olhar para reconhecerem uma realidade social onde existem armadilhas que fazem o indivíduo confundir-se em suas escolhas e não perceber seu aprisionamento, não conseguir enxergar o quanto tem sido escolhido no sentido de direcionar seu desejo ao fascinante contexto dos produtos da indústria cultural.

Advogo que nos seja assegurado o direito ao conhecimento de modo pleno, não para nos tornar passivos diante dos saberes, mas para alcançarmos a condição de espectadores especialistas, ou semi-especialistas, da forma como se expressa Benjamin:

Cada pessoa, hoje em dia, pode reivindicar o direito de ser filmado. Esse fenômeno pode ser ilustrado pela situação histórica dos escritores em nossos dias. Durante séculos houve a separação rígida entre um pequeno número de escritores e um grande número de leitores. No fim do século passado (cf. século XIX), a situação começou a modificar-se. Com a ampliação gigantesca da imprensa, colocando à disposição dos leitores uma quantidade cada vez maior de órgãos políticos, religiosos, científicos, profissionais e regionais, um número crescente de leitores começou a escrever, no princípio esporadicamente. No início, essa possibilidade limitou-se à publicação de sua correspondência na seção “Cartas dos leitores”(...) (BENJAMIN,1994:184)

Se não tivéssemos acesso a essa reprodutibilidade técnica do jeito que ela se desenvolveu, do século XX até hoje, eu demoraria muito tempo para saber, por exemplo, sobre os monumentos considerados as sete novas maravilhas do mundo, e não seria possível usar esse tema para encerrar essa comunicação, uma vez que não faria parte do público que, fatalmente, irá comentar essa notícia durante o dia de hoje. Ao contrário, eu e todos os leitores dos jornais de hoje, dia 09 de julho de 2007, entramos no agendamento dos *mass media* e tivemos acesso ao conhecimento de um pleito que foi concluído ontem, no dia 08 de julho, em Portugal. Ao ler três jornais (Jornal do Brasil, O Globo e Folha de São Paulo),

encontrei a figura do Cristo Redentor em todos eles, com notícias relativas à obtenção do 3º lugar entre as sete novas maravilhas do mundo, acrescidas da opinião de leitores (Vereadores, Secretário de Turismo, Secretário de Governo) interessados no turismo que irá ser incrementado no Rio, na hipótese de melhor captação de divisas para a cidade; também das críticas à atuação do IBAMA e da Prefeitura do Rio na manutenção do espaço do Corcovado; e da esperança de que a repercussão desse título obscureça as notícias sobre a violência. O curioso é que nenhum desses jornais informou sobre as outras “maravilhas”. Eu, com o intuito de completar essa informação, recorri à Internet e descobri a “Lista completa das novas 7 maravilhas do mundo” na ordem de classificação: A grande muralha da China, Petra na Jordânia, Cristo Redentor, no Rio de Janeiro, Machu Pichu, no Peru, Chichen Itza, no México, o Coliseu de Roma, na Itália e o Taj Mahal, na Índia. Ao final da lista vinha um comentário dizendo que “a iniciativa foi criticada pela UNESCO por não contribuir para a preservação dos locais eleitos e limitar-se aos votos de quem tem acesso à Internet ou telefone.” Só resta dizer que também tive acesso às imagens dos monumentos, divulgadas nas páginas da Internet, podendo ampliar meu conhecimento sobre a materialidade dos mesmos, antes mediado pela representação verbal, e, apenas, por meio de verbetes designativos de seus nomes.

O que me leva, a mais uma vez, aceitar de Walter Benjamin a lição positiva de grande mestre, ao concluir essas linhas sobre a aquisição do saber e o fortalecimento do olhar na sociedade do século XXI, é a sua defesa da difusão do conhecimento por meio da tecnologia, porque para ele “A reprodutibilidade técnica da obra de arte modifica a relação da massa com a arte. Retrógrada diante de Picasso, ela se torna progressista diante de Chaplin.” Para os profissionais que temos compromisso com os saberes que interessam à promoção das pessoas, e, em especial, das pessoas em fase de formação, a reprodutibilidade técnica, a indústria cultural, as mensagens veiculadas pelas fontes de informação de massa, constituem matéria de análise, ao mesmo tempo em que participamos de seus benefícios. Interessa-nos o fortalecimento do olhar daquelas pessoas desta sociedade que, às cegas, sem nenhuma crítica ou

parâmetro, consomem os bens culturais produzidos em massa, por falta de melhor orientação para uma escolha segundo o próprio desejo ou necessidade. Além desse meu interesse, emito um apelo. Ajudemos nossas crianças, nossos adolescentes e nossos jovens a olhar, e a desarmar essas armadilhas que envolvem poderes, saberes, escolhas e escolhidos.

BIBLIOGRAFIA

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 7. ed. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. Rio de Janeiro: Brasiliense, 1994.

GALEANO, Eduardo. **O livro dos abraços**. Tradução de Eric Nepomuceno. Porto Alegre: L&PM, 1991.

HORKHEIMER, M. e ADORNO, T. Apud: FERREIRA, Giovandro Marcus. “As origens recentes: Os meios de comunicação pelo viés do paradigma da sociedade de massa”. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C. e FRANÇA, Vera Veiga (orgs.) **Teorias da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2003.

JAUSS, Hans Robert. “O texto poético na mudança de horizonte da leitura”. In: LIMA, Luiz Costa (org.). **Teoria da Literatura em suas fontes**. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

PACHECO, Elza dias (org.). **Comunicação, educação e arte na cultura infanto-juvenil**. São Paulo: Loyola, 1991.

Folhateen. *Folha de São Paulo*, São Paulo, segunda-feira, 2 de julho de 2007.

http://viagem.uol.com.br/album/novas_7_maravilhas_album.jhtm. Acesso em 09/07/2007.

<http://16bit.wordpress.com/2006/04/27/wii-o-novo-nome-da-revolucao/> Acesso em 09/07/2007.

