



Nicolau Sevcenko

**A corrida para o século XXI:
No loop da montanha-russa**

Coordenação: Laura de Mello e Souza
Lilia Moritz Schwarcz

10ª reimpressão



Copyright © 2001 by Nicolau Sevcenko

Projeto gráfico e capa:
Angelo Venosa

Ilustração da capa:
*Detalhe do seqüenciamento genético
da bactéria Xylella fastidiosa (amarelinho),
realizado por cientistas da USP com apoio da Fapesp*

Pesquisa iconográfica:
Cristina Carletti

Preparação:
Eliane de Abreu Maturano Santoro

Revisão:
*Ana Maria Barbosa
Ana Maria Alvarez*

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Sevcenko, Nicolau
A corrida para o século XXI : no loop da montanha russa /
Nicolau Sevcenko ; coordenação Laura Mello e Souza, Lilia
Moritz Schwarcz. — São Paulo : Companhia das Letras, 2001. —
(Virando séculos; 7)

ISBN 978-85-359-0092-7

1. Brasil — História — Século 20 2. Civilização Moderna —
Século 20 3. Século 21 I. Souza, Laura de Mello e II. Schwarcz, Lilia
Moritz. III. Título IV. Série

01-0352

CDD-909.82

Índice para catálogo sistemático:

1. Civilização contemporânea : História 909.82

2009

Todos os direitos desta edição reservados à

EDITORA SCHWARCZ LTDA.

Rua Bandeira Paulista, 702, cj. 32

04532-002 — São Paulo — SP

Telefone: (11) 3707-3500

Fax: (11) 3707-3501

www.companhiadasletras.com.br

CAPÍTULO II

Máquinas, massas, percepções e mentes

Mudanças tecnológicas e transfiguração do cotidiano: tempos modernos

Como vimos no capítulo anterior, a partir da segunda metade do século XIX e pelo XX afora, as transformações tecnológicas se tornam um fator cada vez mais decisivo na defini-

ção das mudanças históricas. Tomamos como nosso ponto de referência mais distante a Revolução Científico-Tecnológica de 1870 e pudemos acompanhar seus desdobramentos que, em direção ao final do século XX, foram se tornando progressivamente mais acelerados, intensos e dramáticos. Se compusermos um



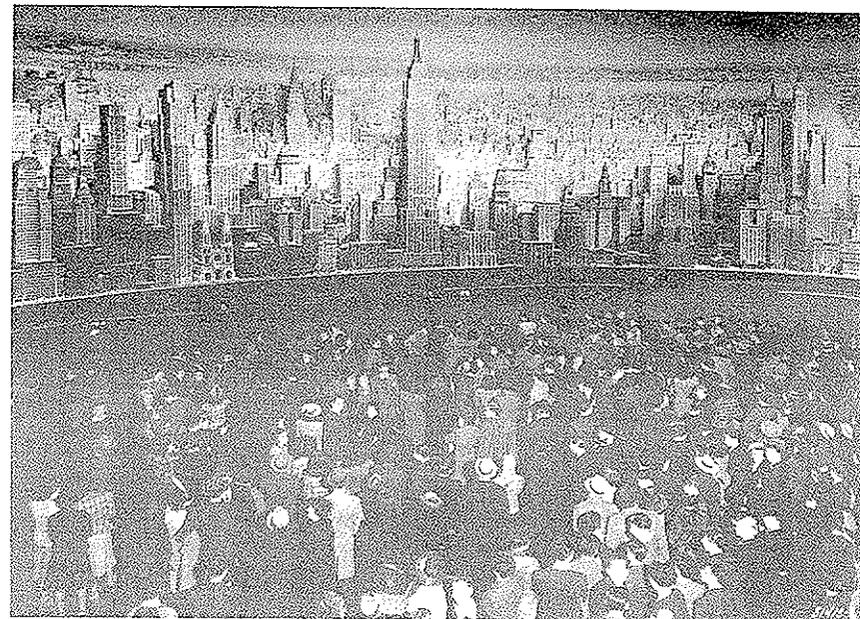
1. "EM NOME DA SAÚDE USE ELETRICIDADE."
PROPAGANDA DE 1927 DA ELECTRICAL DEVELOPMENT ASSOCIATION, COMPANHIA BRITÂNICA DE FORNECIMENTO DE ENERGIA ELÉTRICA, PARA PROMOVER O USO DOMÉSTICO DA ELETRICIDADE. ALÉM DAS TARIFAS ALTAS E DA PARCA REDE DE DISTRIBUIÇÃO QUE INIBIAM O CONSUMO, HAVIA A RESISTÊNCIA SUPERSTICIOSA DA POPULAÇÃO, QUE GERALMENTE ATRIBUÍA QUALIDADES FANTASMAGÓRICAS À ELETRICIDADE E PRIVILEGIAVA O USO TRADICIONAL DA MADEIRA E DO CARVÃO.

quadro amplo de como esse efeito atua, verificamos que as mudanças dos mecanismos e processos técnicos, num primeiro momento e de forma mais direta, ampliam os potenciais produtivos de dado sistema econômico, seja aumentando sua capacidade de produção e consumo, seja multiplicando suas riquezas, representadas pelos fluxos de recursos humanos, conhecimentos, equipamentos, mercadorias e capitais.

Num segundo momento, essas mudanças irão alterar a própria estrutura da sociedade. Isso ocorre na medida em que o surgimento dos novos e grandes complexos industriais — tais como usinas elétricas, fundições, siderúrgicas, indústrias químicas e refinarias de petróleo, com sua escala de milhares ou dezenas de milhares de trabalhadores — promoverá o crescimento e a concentração dos contingentes de operários, propiciando um aumento excepcional dos seus poderes de pressão, barganha e contestação, manifestados por intermédio de associações, sindicatos e partidos, colocando assim em xeque os mecanismos tradicionais de controle da sociedade burguesa.

Essa situação, potencialmente explosiva, levaria à criação dos primeiros movimentos e partidos com característica operária ou à formação de partidos multiclassistas, ditos de massa, que representariam os interesses de amplas camadas identificadas pela sua condição de assalariadas ou dependentes da venda de seus conhecimentos especializados (reunindo operários, técnicos, funcionários públicos, profissionais liberais, trabalhadores domésticos e autônomos, vendedores, caixeiros, artesãos, pequenos produtores agrícolas e assim por diante). Esses novos partidos alterariam o quadro político, ensejando o surgimento de regimes baseados nas organizações operárias ou de massa, em linhas tão diversas como o populismo norte-americano, o nazi-fascismo ou o comunismo soviético.

Assim como as inovações tecnológicas alteram as estruturas econômica, social e política, mudam ao mesmo tempo a condição de



vida das pessoas e as rotinas do seu cotidiano. As novas demandas de mão-de-obra dos grandes complexos industriais, associadas à mecanização em massa das atividades agrícolas, provocam um êxodo coletivo de grandes contingentes da população rural em direção às cidades, dando origem às metrópoles e megalópoles modernas. Pela primeira vez as cidades podem crescer em escala colossal, pois os novos meios de transporte movidos a eletricidade, como os trens, bondes e metrô, ou os veículos com motor de combustão interna, como motocicletas, carros, ônibus e caminhões, podem deslocar rapidamente grandes multidões dos bairros residenciais para as zonas de trabalho e vice-versa.

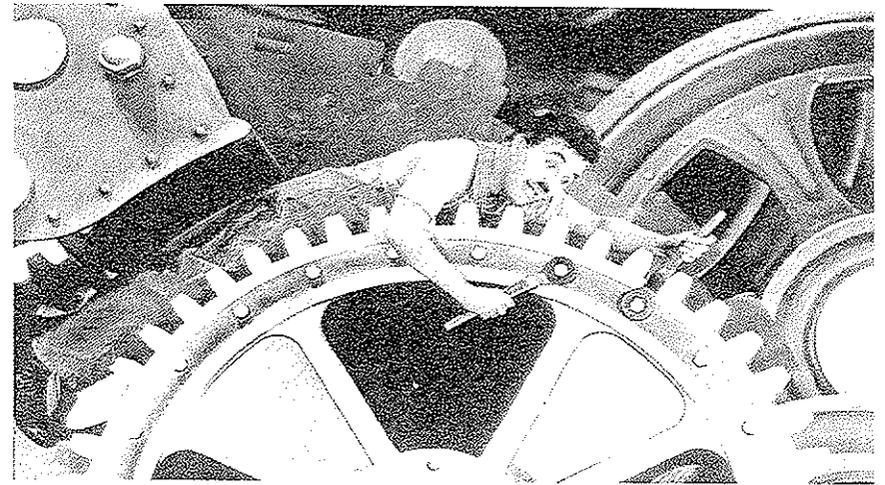
2. CITY OF LIGHT.

MAQUETE ILUMINADA E MECANIZADA DE MANHATTAN, DESENHADA PELO ARQUITETO WALLACE K. HARRISON PARA O PAVILHÃO DA EMPRESA FORNECEDORA DE ENERGIA ELÉTRICA DA CIDADE, CONSOLIDATED EDISON, NA NEW YORK WORLD'S FAIR DE 1939. "[...] UMA CIDADE COM NERVOS ELÉTRICOS PARA CONTROLAR SEUS MOVIMENTOS E TRANSMITIR SEUS PENSAMENTOS [...]", DIZIA O DISCURSO DE INAUGURAÇÃO.

Da mesma forma que crescem horizontalmente, as metrópoles podem expandir-se na vertical, graças à versatilidade dos novos materiais de construção, como o concreto armado, aços especiais, alumínio e chapas resistentes de vidro, que darão origem aos prédios e arranha-céus. Estes, por sua vez, podem ser facilmente escalados, apesar da altura gigantesca, por meio da eletricidade que move os elevadores. E, para achar um amigo, basta apertar a campainha e usar o interfone. Ah, e convém não esquecer de acender a luz do hall, pois lá dentro não entra a luz do sol.

Toda essa vasta população, portanto, tem sua vida administrada por uma complexa engenharia de fluxos, que controla os sistemas de abastecimento de água corrente, esgotos, fornecimentos de eletricidade, gás, telefonia e transportes, além de planejar as vias de comunicação, trânsito e sistemas de distribuição de gêneros alimentícios, de serviços de saúde, educação e segurança pública. Assim, numa metrópole tudo se insere em sistemas de controle, até o passo com que as pessoas se movem nas ruas, dependente da intensidade dos fluxos de pedestres e do trânsito de veículos, de forma que se alguém for mais lento do que seus circunstantes, ou será chutado, acotovelado e pisado ou, se não atravessar a via expressa num rabo de foguete, terminará debaixo de algum veículo desembestado.

Esse controle tecnológico pleno do ambiente em que vivem as pessoas acaba, por conseqüência, alterando seus comportamentos. Nessa sociedade altamente mecanizada, são os homens e mulheres que devem se adaptar ao ritmo e à aceleração das máquinas, e não o contrário. Um drama que foi representado com singela beleza no clássico *Tempos modernos*, desse herói da resistência humana contra a tirania das máquinas e dos processos de racionalização que foi Charles Chaplin, o Carlitos. Nesse filme de 1936, o artista expõe não só a maneira como a nova civilização tecnológica deforma os corpos e o comportamentos das pessoas, sujeitas a movimentos reflexos incontroláveis e a



impulsos neuróticos, como o modo pelo qual suas relações sociais, seus afetos e sua vida emocional são condicionados por uma lógica que extrapola as fragilidades e a sensibilidade que constituem o limite e a graça da nossa espécie.

Dos olhos às mentes: designers do século XX

A alteração no padrão do comportamento das pessoas imposta pela preeminência das máquinas, das engenharias de fluxos e do compasso acelerado do conjunto, como seria inevitável, acaba também provocando uma mudança no quadro de valores da sociedade. Afinal, agora os indivíduos não serão mais aliados pelas suas qualidades mais pessoais ou pelas diferenças que tornam única a sua personalidade. Não há tempo nem espaço para isso. Nessas grandes metrópoles em rápido crescimento, todos vieram de algum outro lugar;

3. CENA DE "TEMPOS MODERNOS".
 "A VORACIDADE ENVENENOU A ALMA DOS HOMENS, ENVOLVEU O MUNDO NUM CÍRCULO DE ÓDIO E NOS OBRIGOU A ENTRAR A PASSO DE GANSO NA MISÉRIA E NO SANGUE. MELHOROU-SE A VELOCIDADE, MAS SOMOS ESCRAVOS DELA. A MECANIZAÇÃO, QUE TRAZ A ABUNDÂNCIA, LEGOU-NOS O DESEJO. A NOSSA CIÊNCIA NOS TORNOU CÍNICOS. A NOSSA INTELIGÊNCIA NOS TORNOU DUROS E BRUTAIS." DECLARAÇÃO FINAL DE *O GRANDE DITADOR*, FILME DE CHAPLIN DE 1940.

portanto, praticamente ninguém conhece ninguém, cada qual tem uma história à parte, e são tantos e estão todos o tempo todo tão ocupados, que a forma prática de identificar e conhecer os outros é a mais rápida e direta: pela maneira como se vestem, pelos objetos simbólicos que exibem, pelo modo e pelo tom com que falam, pelo seu jeito de se comportar.

Ou seja, a comunicação básica, aquela que precede a fala e estabelece as condições de aproximação, é toda ela externa e baseada em símbolos exteriores. Como esses códigos mudam com extrema rapidez, exatamente para evitar que alguém possa imitar ou representar características e posição que não condizem com sua real condição, estamos já no império das modas. As pessoas são aquilo que consomem. O fundamental da comunicação — o potencial de atrair e cativar — já não está mais concentrado nas qualidades humanas da pessoa, mas na qualidade das mercadorias que ela ostenta, no capital aplicado não só em vestuário, adereços e objetos pessoais, mas também nos recursos e no tempo livre empenhados no desenvolvimento e na modelagem de seu corpo, na sua educação e no aperfeiçoamento de suas habilidades de expressão. Em outras palavras, sua visibilidade social e seu poder de sedução são diretamente proporcionais ao seu poder de compra.

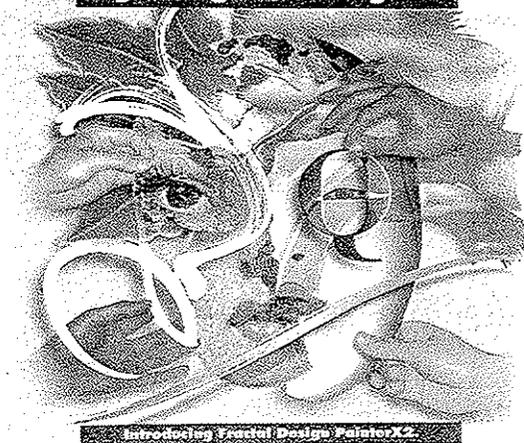
Esses dois novos fatores associados — a aceleração dos ritmos do cotidiano, em consonância com a invasão dos implementos tecnológicos, e a ampliação do papel da visão como fonte de orientação e interpretação rápida dos fluxos e das criaturas, humanas e mecânicas, pululando ao redor — irão provocar uma profunda mudança na sensibilidade e nas formas de percepção sensorial das populações metropolitanas. A supervalorização do olhar, logo acentuada e intensificada pela difusão das técnicas publicitárias, incidiria sobretudo no refinamento da sua capacidade de captar o movimento, em vez de se concentrar, como era o hábito tradicional, sobre objetos e contextos estáticos.



4. CHRISTIAN DIOR, (1905-57), MUDOU OS PADRÕES DA MODA AO CRIAR O *NEW LOOK* EM 1947: A NOVA SILHUETA FEMININA FORJADA EM CORTES ARROJADOS E TECIDOS LUXUOSOS CONFERIA MODERNIDADE E, AO MESMO TEMPO, A AURA MÁGICA DOS BAILES E EVENTOS ELEGANTES ANTERIORES ÀS DUAS GUERRAS. A MARCA DIOR SE TORNOU SINÔNIMO DE ALTA-COSTURA E DE TODOS OS ACESSÓRIOS INERENTES A ELA.

Nesse novo mundo em aceleração sempre crescente, o grande ganho adaptativo, em termos sensoriais e culturais, consiste exatamente em estabelecer nexos imediatos com os fluxos dinâmicos. Esse aguçamento da percepção visual deveria ocorrer tanto no nível subconsciente como no da compreensão racional da sistemática das energias e elementos em ação dinâmica. Uma tal readaptação dos sentidos apresenta, pois, uma dupla vantagem. Por um lado, possibilita evitar os riscos e inconvenientes intrínsecos a essas forças e agentes potencializados pela aceleração (por exemplo, desviar de um carro em alta velocidade), e, por outro, na medida em que as pessoas aprendem a reagir a eles, lhes permite compreendê-los melhor e tirar deles o maior proveito pos-

**Make Up Your Mind.
Again, Again, And Again.**



5. "FAÇA SUA CABEÇA.
DE NOVO, DE NOVO
E DE NOVO."

PROPAGANDA
NORTE-AMERICANA DE UM
SOFTWARE DE DESENHO
GRÁFICO, 1993.

sível (por exemplo, inventando sistemas de racionalização do trânsito urbano e de segurança para os pedestres). A sofisticação das habilidades do olhar, embora decorresse de um treinamento imposto pela própria realidade em rápida mu-

dança, acabava trazendo, por conseqüência, a possibilidade de ampliar os horizontes da imaginação e de instigar as mentes a vislumbrar modos mais complexos de interação com os novos potenciais.

Alguns casos exemplares podem ajudar a compreender como ocorre esse processo que envolve mudança tecnológica e alteração da percepção e da sensibilidade, com efeitos diretos sobre a imaginação e o entendimento. Foi o que se deu com o jovem Albert Einstein. Em fins do século XIX, quando ainda rapagote, ele surpreendeu seu pai e seu tio com uma estranha questão: "Que aparência teria o mundo, se visto por alguém que se deslocasse à velocidade da luz?" A pergunta faz completo sentido, se considerarmos que aquilo que os nossos olhos captam é a luz refletida sobre as superfícies, que constituem toda forma de presença mate-

rial no mundo. Se estivermos à velocidade da luz, como veríamos essa luz refletida? Essa mudança energética dramática na interação do nosso olhar com a realidade deveria alterar alguma coisa na nossa percepção, não é? Mas, como a idéia de alguém se deslocar à velocidade da luz pareceu por si só insensata, pai e tio consideraram despropositada a pergunta e repreenderam o garoto impertinente. Graças à sua teimosia, entretanto, na busca de esclarecer essa questão, Einstein criaria a teoria da relatividade.

Teria sido a genialidade que levou o rapaz a formular aquela questão? Sem dúvida Einstein era dotado de uma inteligência excepcional. Mas o que forneceu elementos para estimular sua imaginação e seu entendimento foram circunstâncias bastante concretas. Seu pai e seu tio eram engenheiros e foram pioneiros na implantação de usinas elétricas e redes de transmissão de energia na região dos Alpes, numa área em rápido desenvolvimento industrial, nas fronteiras entre a Áustria, a Suíça e o Norte da Itália. Para possibilitar a comunicação entre esses pólos, fortemente dificultada pelos picos rochosos das montanhas, foram abertos vários túneis, permitindo a instalação ali de uma complexa malha ferroviária.

Viajando com os tios, o jovem Einstein ficava seduzido com a brusca sensação de aceleração experimentada quando dois trens em direções opostas se cruzavam. Quando isso ocorria no escuro de um túnel, o garoto via dois fochos de luz apontando um para o outro. E se estivéssemos num daqueles fochos, o que veríamos? Para os adultos, a luz na frente dos trens servia a um propósito bem definido: iluminar o caminho. Para o jovem, era um potencial aberto a possibilidades ilimitadas. O pai e o tio de Einstein foram pioneiros em conceber a solução de problemas práticos a partir do uso inovador da eletricidade. O menino, já nascido num mundo movido basicamente pela energia elétrica, vislumbrava o seu desdobramento para outras dimensões ainda não imaginadas.

O modo como a rápida mudança do cenário tecnológico remodelava as imaginações é igualmente nítido no caso do designer francês Raymond Loewy, nascido em 1893. No seu livro de memórias ele descreve como as novas invenções marcaram de forma indelével a sua visão do mundo:

Aos catorze anos, em Paris, onde nasci, eu já tinha visto o nascimento do telefone, do avião, do automóvel, das aplicações domésticas da eletricidade, do fonógrafo, do cinema, do rádio, dos elevadores, dos refrigeradores, do raio X, da radioatividade e, não menos importante, da anestesia.¹

Depois de atuar como oficial engenheiro na Primeira Guerra Mundial, o primeiro conflito bélico travado em termos puramente tecnológicos, Loewy migrou para os Estados Unidos. Ali, fascinado com o prodigioso desenvolvimento industrial, iria se tornar a figura quintessencial do design moderno. O que ele percebeu, em termos pioneiros, foram duas coisas básicas. Primeiro, que não basta aos produtos da indústria serem melhores, mais funcionais e mais fáceis de usar, não basta investir em qualidade, eficiência e conforto. Num mundo marcado pela hipertrofia do olhar, o fundamental é que os produtos *pareçam* mais modernos, que se tornem eles mesmos manifestos de propaganda da modernidade que as pessoas anseiam por incorporar em seu cotidiano, pois isso lhes permite irradiar a autoconfiança, o otimismo e o sentimento de superioridade dos que vão adiante do seu tempo, abrindo o caminho com espírito de aventura e alma de exploradores, para os que os seguem logo atrás.

A segunda descoberta de Loewy foi que, num mundo submerso sob a avalanche cada vez mais sufocante de mercadorias e produtos industriais, não basta que os artigos sejam bons e baratos para ganhar o favor dos consumidores. O efeito massivo da produção industrial, ao enfa-

tizar conceitos de quantidade e variedade, oprime a preeminência que recaiu sobre o olhar como recurso de orientação e definição de prestígio. Daí a necessidade de dotar as mercadorias de um padrão visual homogêneo e inovador, identificado com formas, cores, linhas e texturas apresentadas como um código icônico da modernidade, por um lado, e, por outro, de todo um jogo de tensões, contrastes e ousadias que as distinguem das demais, as quais ficavam rebaixadas por associação a noções de passado, obsolescência e mediocridade. O que Loewy descobriu, em suma, foi o conceito de *estilo*. Ou seja, a forma de utilizar as mudanças na percepção a fim de capturar a imaginação dos consumidores.

Caso ainda mais interessante é o dos artistas que criaram a

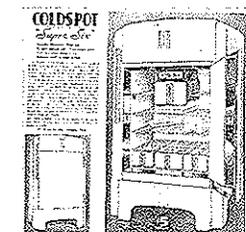
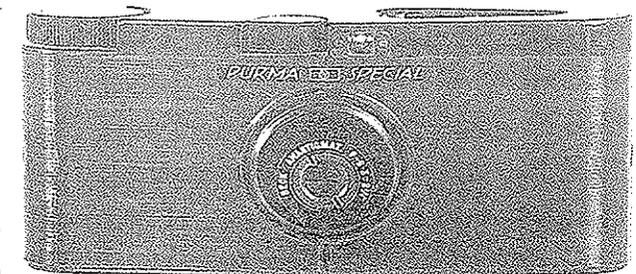
arte moderna no início do século XX. Esse grupo, reunido ao redor do pintor Picasso, incluía, entre outros, o músico Erik Satie, o poeta Guillaume Apollinaire e o dramaturgo Alfred Jarry, todos artistas decisivos na elaboração da nova estética, que viria a ser chamada de arte moderna. Sendo gente de vida boêmia e de poucos recursos, seu modo preferido de se entreter era compartilhar das novas formas de lazer criadas graças ao advento da eletricidade:

OBJETOS DESENHADOS POR LOEWY:

6. CÂMERA FOTOGRÁFICA PURMA SPECIAL (1937), CORPO DE BAQUELITE, LENTE DE ACRÍLICO E PREÇO ACESSÍVEL.

7. GELADEIRA COLDSPOT SUPER SIX (c. 1934), AERODINÂMICA SEMELHANTE À DO AUTOMÓVEL.

8. TALHERES PARA OS AVIÕES DA AIRFRANCE (c. 1978), DESENHADOS PELA COMPAGNIE D'ÉSTHETIQUE INDUSTRIELLE, FUNDADA POR LOEWY.



o cinema e os parques de diversões. Diga-se de passagem que, em fins do século XIX, quando essas formas de entretenimento surgiram, eram destinadas especificamente às classes trabalhadoras; as pessoas mais abastadas as consideravam formas grosseiras, vulgares, coletivas e estúpidas de diversão, apropriadas apenas para crianças sem acesso à educação e para criaturas ignorantes em geral, sem condições de usufruir das belas-artes.

No cinema, o grupo boêmio era fã das comédias dos irmãos Méliès. Nesses filmes, em geral pastelões, criaturas caíam da janela dos prédios sem que nada lhes acontecesse, se davam marteladas e picaretadas nas respectivas cabeças e quem amassava era o instrumento, ou se enchiam uns aos outros com bombas pneumáticas até que um estourava, ou executavam danças em que, a certa altura, as pernas e os braços do dançarino se separavam do corpo, ou tomavam um banho e encolhiam a ponto de entrar pelo ralo e circular pelos encanamentos da cidade, e assim por diante. Ou seja, o que encantava os artistas eram os truques de corte e montagem que o cinema permitia, superando todos os limites humanos e permitindo proezas jamais imaginadas, nem pelas mais ousadas formas de fantasia.

Nos parques de diversão, o que os atraía eram os brinquedos que, ou por submeterem as pessoas a experiências extremas de deslocamento e aceleração ou por lhes propiciarem perspectivas inusitadas, alteravam dramaticamente a percepção do próprio corpo e do mundo ao redor. Era o caso dos trenzinhos expressos, do tira-prosa, da roda-gigante e, claro, da montanha-russa, uma mistura de tudo isso com muito, muito mais emoções.

De tal modo aqueles artistas souberam transpor essas experiências para o mundo artístico que, quando observamos um quadro típico do cubismo, a linguagem artística criada por Picasso, o que vemos é o efeito conjunto dessas técnicas de corte, montagem, multiplicação de perspectivas e fragmentação da visão. Os objetos são vistos simultaneamen-



INVENÇÕES DOS MELIÈS:

9. CARTAZ DO ESPETÁCULO DE MÁGICA "LE CHÂTEAU DE MESMER", 1894.

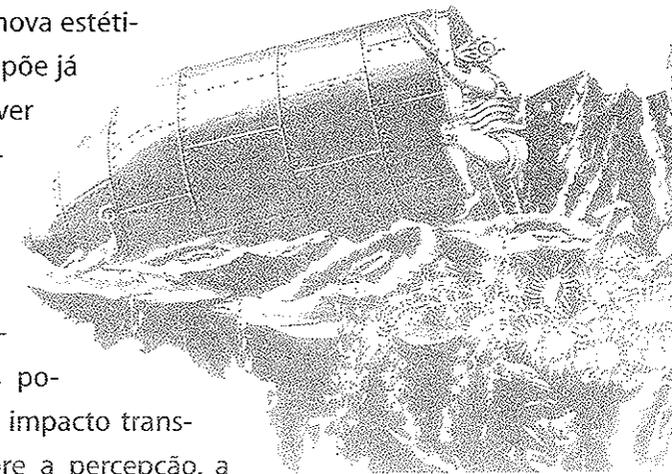
GEORGES MELIÈS COMEÇOU SUA CARREIRA COMO MÁGICO, FAZENDO USO DE PROJEÇÕES DE LUZ PARA DRAMATIZAR SEUS QUADROS NO TEATRO DAS ILUSÕES, EM PARIS. MAIS TARDE APLICARIA SUAS TÉCNICAS EM FILMES.

te por cima, pelos lados, por dentro, por fora, por baixo, em diferentes ângulos ao mesmo tempo e num contexto espacial segmentado em múltiplas faces e dimensões. Embora estejamos diante de um objeto estável, um quadro, o que ele representa é um dinamismo sensorial em turbilhão, como se estivéssemos nos deslocando rapidamente em diferentes direções e vendo a cena pintada de vários ângulos e em muitos recortes ao mesmo tempo.²

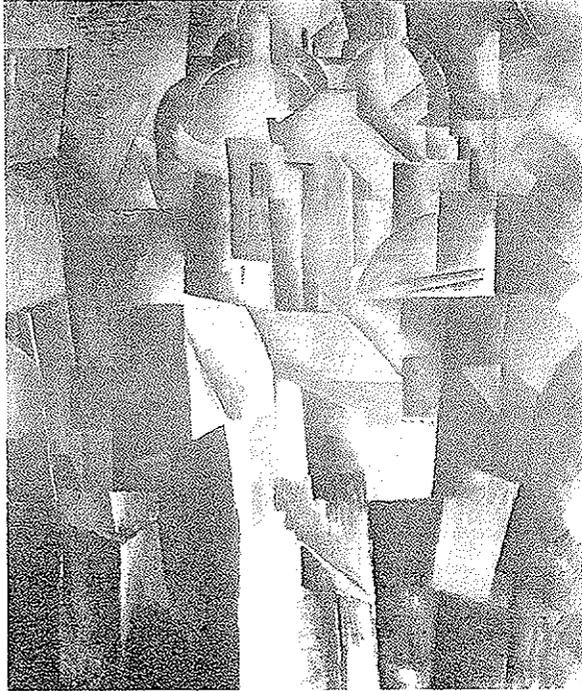
O que a nova estética cubista propõe já nada tem a ver com as tradicionais "belas-artes", mas é uma reflexão acerca dos novos potenciais e seu impacto transformador sobre a percepção, a

10. CENA DE "VIAGEM À LUA", 1902.

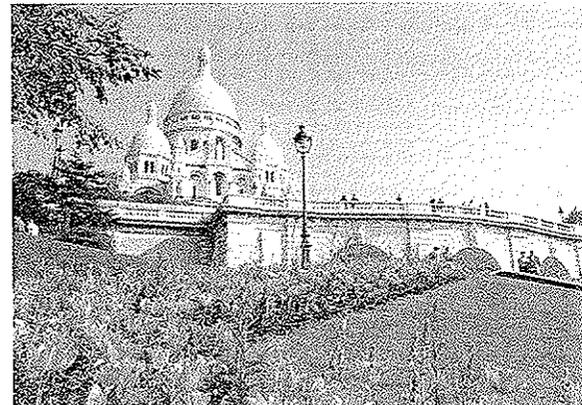
FILME DE TRINTA MINUTOS EM QUE SEIS CIENTISTAS, MEMBROS DO CLUBE DOS ASTRÔNOMOS, VÃO PARA A LUA, SÃO APRISIONADOS PELOS SELENITAS, CONSEGUEM ESCAPAR, CAEM DE VOLTA NA TERRA E SÃO RESGATADOS COMO HERÓIS.



11. "SACRÉ-COEUR",
TELA DE 1910 DE
GEORGES BRAQUE.



12. FOTO DA BASÍLICA DE
SACRÉ-COEUR EM
MONTMARTRE, PARIS.



PICASSO E BRAQUE,
LIGADOS UM AO OUTRO
COMO UMA DUPLA DE
ALPINISTAS, COMO ELES
MESMOS DIZIAM, LEVARAM
AO CUME AS NOVAS
POSSIBILIDADES NAS ARTES
VISUAIS. BRAQUE ASSIM
DEFiniu A LINGUAGEM
VISUAL APELIDADA DE
CUBISMO: "NOVOS MEIOS,
NOVOS TEMAS... O OBJETIVO
NÃO É RECONSTITUIR UM
FATO DA VIDA REAL, MAS
CONSTITUIR UM FATO
PICTÓRICO... TRABALHAR A
PARTIR DA NATUREZA
SIGNIFICA TER DE
IMPROVISAR... OS SENTIDOS
DEFORMAM, A MENTE
FORMA... EU ADMIRO AS
REGRAS QUE CORRIGEM AS
EMOÇÕES".

imaginação e a inteligência humanas. Não devemos nos surpreender, portanto, se descobrimos que o cientista que sistematizou a mais ousada revelação da ciência moderna, Niels Bohr, um

dos maiores expoentes da física quântica, era um colecionador apaixonado e compulsivo de arte cubista. Quem poderia imaginar quão longe chegariam os efeitos desorientadores da montanha-russa?

A indústria do entretenimento e a sociedade do espetáculo

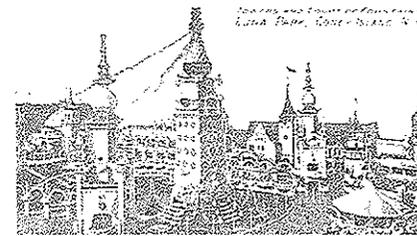
Mas a montanha-russa obviamente não foi criada com essa intenção de potencializar a imaginação e nem mesmo o cinema derivou de qualquer motivação dotada desse teor nobre. Sua destinação desde a origem foi a de proporcionar entretenimento para o maior número pelo menor preço. Corresponde ao que nos Estados Unidos foi chamado de mercado das "emoções baratas". Como vimos, o rápido processo de industrialização gerou processos de crescimento e concentração urbana, ensejando o surgimento das metrópoles. A forte organização dos trabalhadores e suas lutas constantes pela melhoria de suas condições de vida e de trabalho acabaram se convertendo (especialmente depois das grandes greves e agitações revolucionárias entre fins do século XIX e inícios do XX) em ganhos salariais, redução da jornada de trabalho, folgas semanais e férias. Formaram-se assim grandes contingentes com alguns recursos para gastar e algum tempo livre. Como a ópera, o teatro e os salões de belas-artes eram luxos reservados aos abastados, alguns empresários vislumbraram a oportunidade de investir nas duas formas baratas de lazer possibilitadas pelo desenvolvimento da eletricidade: o cinema e os parques de diversões.

O resultado foi um espantoso sucesso. A montanha-russa foi inventada em 1884 e o cinema dez anos depois, em 1894. Em ambos se fica na fila, se paga, se senta e, por um período de tempo determinado, se é exposto a emoções mirabolantes. A montanha-russa produz a vertigem no corpo, de tal modo que oblitera os sentidos e mal se pode observar ou apreender o mundo ao redor. No cinema, as luzes se apagam e a tela se irradia com uma hipnótica luz prateada, isolando

todos os sentidos e fazendo com que a vertigem nos entre pelos olhos. O que se paga é o preço da vertigem, e não é caro. O impacto psicofisiológico da experiência é, no entanto, de tal forma gratificante, que ninguém resiste a voltar muitas e muitas vezes, fazendo desses atos um ritual obrigatório de todo fim de semana. Eles, literalmente, viciam.

Grandes fortunas se fizeram explorando esse anseio pelas “emoções baratas” entre as massas urbanas. Era o nascimento de um dos empreendimentos mais prósperos do século XX: a indústria do entretenimento. Em 1897 foi inaugurado em Coney Island, conexa à cidade de Nova York, o Steeplechase Park, criado por um especulador do mercado imobiliário, George Cornelius Tilyou, consolidando a idéia genial de associar num mesmo ambiente todo um lote de diversões elétricas, vários cinemas e uma enorme montanha-russa. O afluxo de público foi tão grande, os lucros tão estratosféricos, que o empreendimento não parou mais de crescer. Em dez anos o parque de diversões se estendia por uma área de quase um quilômetro quadrado, tornando Coney Island o maior centro de entretenimento do mundo. Era o precursor das Disneylândias, dos parques temáticos e das estâncias turísticas, que mobilizariam multidões cada vez maiores e investimentos milionários, oferecendo sempre a mesma coisa em diferentes partes do mundo.

É interessante considerar como alguns dos mais eminentes pioneiros da arte moderna, principalmente dentre os surrealistas, se deram conta do extraordinário potencial artístico do cinema. Assim como os cubistas haviam buscado reproduzir com seus pincéis a mobilidade, a versatilidade, o dinamismo e a descontinuidade com que a câmera de filmar capta e transforma a realidade, havia a opção, muito óbvia, de usar a própria filmadora para repassar versões “cubistas” do mundo para o grande público dos cinemas. O que foi tentado e gerou experiências de notável densidade artística, em especial por cineastas europeus como Abel Gance, Buñuel, Dziga Ver-

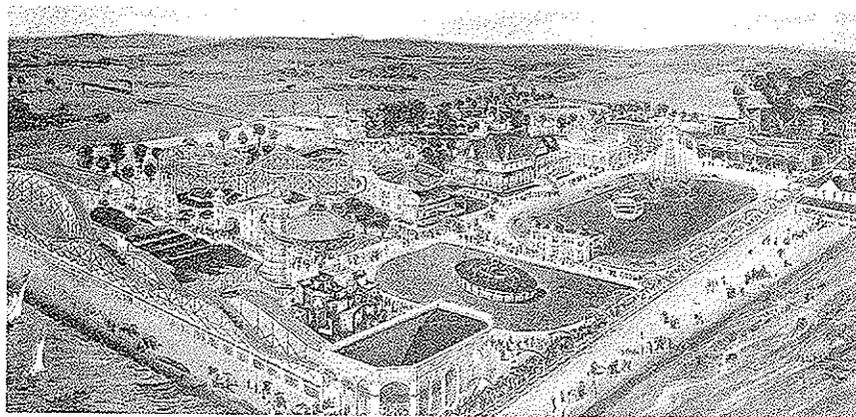


tov e Eisenstein, capazes de desafiar as convenções da percepção e abrir novas possibilidades de compreensão e interpretação dos fatos e processos. Mas esses experimentos nunca conquistaram as multidões. O modelo norte-americano acabou prevalecendo e o cinema ficou condenado ao efeito montanha-russa — uma forma de entretenimento cada vez mais infantilizada, mais cheia de *frissons*, de vertigens, de correrias, tiros, bolas de fogo e finais felizes.

Uma das razões para esse desfecho está na etapa seguinte do desenvolvimento tecnológico. As inovações técnicas ocorridas durante e logo após a Primeira Guerra assentaram as bases da eletrônica, multiplicando o potencial de recursos já existentes mas ainda muito limitados, como o cinema, o rádio e o fonógrafo. Implementos eletrônicos, além de permitirem a transmissão de sinais e sons com grande precisão, possibilitaram o aperfeiçoamento de sistemas de amplificação, o que os faria passíveis de ser consumidos em mercados de massa. Assim, o fonógrafo se tornaria a eletrola, permitindo que a audiência dos discos pas-

13A E 13B. LUNA PARK DE DIA E À NOITE. CARTÕES-POSTAIS.

INAUGURADO EM 1903, O LUNA PARK FOI CONCEBIDO PARA “NÃO SER DESTA TERRA”: CADA VISITANTE ERA ADMITIDO COMO ASTRONAUTA E AVISADO DE QUE “A VIAGEM À LUA A BORDO DO LUNA IV” SERIA INEVITÁVEL. EM POUCO TEMPO PARQUES DE DIVERSÕES COMO STEEPLCHASE, DREAMLAND E LUNA PARK SERIAM REPRODUZIDOS NOS QUATRO CANTOS DO PAÍS E DE TODO O MUNDO.



14. PARQUE DE
DIVERSÕES NO LAGO
ONTÁRIO.

A PARTIR DO SUCESSO EM
MANHATTAN, A CHAMADA
TECNOLOGIA DO
FANTÁSTICO, USADA PARA
ENTRETER MAIS DE
1 MILHÃO DE PESSOAS POR
DIA NOS PARQUES DE
DIVERSÕES, SE TORNOU
ACESSÍVEL MESMO LONGE
DAS GRANDES CIDADES.
POPULAÇÕES RURAIS
PUDEAM ADQUIRIR, A
PREÇOS MÓDICOS, SUA
PRIMEIRA E MUITAS VEZES
ÚNICA EXPERIÊNCIA DA
CONDIÇÃO METROPOLITANA.

sasse do ambiente do lar e da família para os grandes salões de baile, teatros, *music-halls* e grandes *juke-boxes*. O rádio, em vez de limitado aos fones de ouvido individuais, soaria audível não só para as casas, mas para as ruas, os carros, os bares, os restaurantes, as barbearias. O cinema, mágica das mágicas, além das imagens em movimento, apresentava agora o som sincronizado com as falas e com as ações dos personagens.

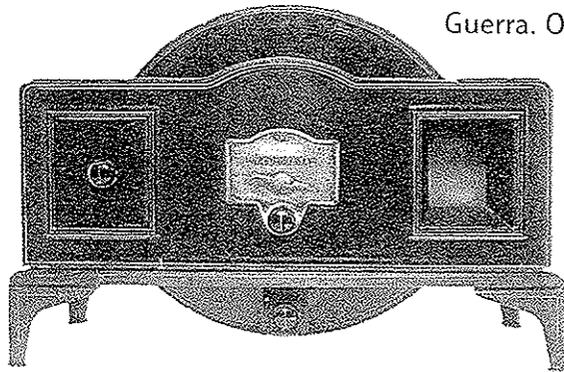
Porém, mais importante, a partir desse momento o sistema cultural inteiro adquiria uma nova consistência, na medida em que a eletrônica permitia uma interação sinérgica entre todos esses recursos. Assim, as rádios tocavam as músicas da indústria fonográfica, que por sua vez haviam sido lançadas pelos filmes musicais da indústria cinematográfica, a qual fornecia o quadro de astros e atrizes, de cantoras e cantores cujas vidas eram escrutinadas pelos populares programas de auditório

e sessões de fofocas das rádios. Nos intervalos vinham os anúncios comerciais, cujos produtos eram, uma vez mais, associados ao estilo de vida dos protagonistas do cinema, do rádio e do disco. Para completar a cena, nos anos 30 se difunde a criatura-chave do século XX — a televisão —, já na sua versão totalmente eletrônica, com tubo de raios catódicos de grande definição visual.

Essa conjunção emergente configurava um novo fenômeno cultural, que um historiador denominou “a revolução do entretenimento” e um outro teórico anunciou como “a sociedade do espetáculo”. Já prenunciado nos grandes parques de diversões, esse estado frenético de disposição apareceria plenamente representado no editorial de uma revista que se tornaria o órgão oficial dessa mentalidade: a *Vanity Fair*, de Nova York, lançada precisamente em 1914, no contexto da irrupção da Primeira



15. “ENTRE A LOURA E A MORENA”, TÍTULO BRASILEIRO DO FILME “THE GANG’S ALL HERE”, DE 1943, DIRIGIDO PELO COREÓGRAFO PREFERIDO DA HOLLYWOOD DE ENTÃO, BUSBY BERKELEY. COM ESSE FILME, CARMEN MIRANDA SE PROJETOU DEFINITIVAMENTE, INTERPRETANDO COMPOSIÇÕES DE ARI BARROSO, LEON RUBIN E HARRY WARREN, EXECUTADAS PELO CONJUNTO BANDO DA LUA E PELA ORQUESTRA DE BENNY GOODMAN.



16. A PRIMEIRA DEMONSTRAÇÃO DE UM APARELHO DE TV SE DEU EM 1926, PELO ESCOCÊS JOHN LOGIE BAIRD, QUE BATIZOU SEU INVENTO DE "TELEVISOR": A TELINHA EM UMA DAS EXTREMIDADES E A CAIXA DE SOM EM OUTRA.

Guerra. O objetivo do novo magazine, segundo seu editor, seria refletir e alimentar o estado de espírito que tomava conta da civilização industrial: "uma crescente devoção ao prazer, à felicidade, à dan-

ça, ao esporte, às delícias do país, ao riso e a todas as formas de alegria".³ Essa atmosfera fremente e desejante, que galvanizava as imaginações e atravessava as divisões sociais, se tornaria um imperativo de mercado: o que quer que atendesse aos seus apelos seria favorecido com lucros e sucesso; o que a confrontasse seria punido com prejuízos e desgraça.

O pano de fundo dessa revolução do entretenimento, que redefine o padrão cultural das sociedades urbanas do século XX, é a dissolução da cultura popular tradicional, causada pela migração em massa dos trabalhadores das áreas rurais para as grandes cidades. Essa inserção de contingentes cada vez maiores de populações camponesas nas áreas urbanas, onde são reduzidas aos imperativos disciplinadores da condição operária, extirpa as formas de transmissão da cultura tradicional, todas elas presas às raízes locais dos campos e das práticas agrícolas, dependentes dos ciclos da natureza e dos seus simbolismos mítico-poéticos milenares. Todo

esse complexo legado cultural é diluído num conjunto de fórmulas padronizadas, de extensão, duração e efeito calculados, para terem preço mínimo em função de uma ampliação máxima do seu consumo.

Subsistem ainda elementos da cultura popular, que são metodicamente selecionados e incorporados pela indústria do entretenimento, mas eles estão descontextualizados, neutralizados e encapsulados em doses módicas, para uso moderado, nas horas apropriadas. Seu fim não é o êxtase espiritual dos rituais populares tradicionais, mas propiciar a seres solitários, exauridos e anônimos, a identificação com as sensações do momento e com os astros, estrelas e personalidades do mundo glamouroso das comunicações. Além, é claro, de preencher o vazio de suas vidas emocionais e o tédio das rotinas mecânicas com a vertigem dos transe sensoriais e experiências virtuais de potencialização, multiplicação e superação dos limites de tempo e espaço. Tudo calculado, compactado e servido ao custo de um tostão.

Segundo a análise do teórico Marshall McLuhan, a sociedade tradicional, assentada no âmbito rural e na oralidade, estabelecia um



17. OS PRIMEIROS APARELHOS DE TV CUSTAVAM TANTO QUANTO UM CARRO. A PARTIR DE 1949, FORAM SE TORNANDO CADA VEZ MAIS ACESSÍVEIS, COMO ESSE MODELO FEITO DE BAQUELITE, O BUSH TV12.

ambiente cultural de predominância acústica, auditiva, em que todas as relações sociais eram intensificadas por rituais que acentuavam o presente, a simultaneidade e a riqueza de cada instante. A introdução da imprensa mecanizada, nascida com os tipos móveis de Gutenberg, consolidou uma cultura centrada na visão e baseada no primado da sucessão temporal em cadeia linear, enfatizando valores abstratos, racionais, hierárquicos, cumulativos, e o anseio pelo futuro. O recente advento das técnicas eletro-eletrônicas reformulou esse contexto ao atribuir um novo papel ao olhar, não mais estático como aquele condicionado pela imprensa e pela perspectiva linear do Renascimento, mas um olhar agora onipotente e onipresente, dinâmico, versátil, intrusivo, capaz de se desprender dos limites do tempo e do espaço, como aquele da câmera de cinema. A esse olhar alucinado, os recursos eletro-eletrônicos acrescentaram os potenciais do som amplificado e distorcido, repondo ao conjunto os efeitos de simultaneidade, de descontinuidade, da interatividade de fragmentos autônomos, ademais da conectividade tátil de um mundo invadido pelas multidões, pelos fluxos e pelas mercadorias.⁴

Como elemento contingente dessas transformações complexas, a cultura é redefinida por um processo de comercialização, transformada num campo de investimentos, especulação e consumo como qualquer outro. Seu mecanismo básico de funcionamento é aquele revelado de forma pioneira pela montanha-russa e o cinema. McLuhan, uma vez mais, definiu-o com rigorosa precisão:

Em experimentos nos quais todas as sensações externas são bloqueadas, o paciente desencadeia um furioso processo de preenchimento ou substituição dos sentidos, que é a alucinação em forma pura. Do mesmo modo, a excitação de um único sentido tende a provocar um efeito de hipnose, equivalente à maneira como a privação de todos os sentidos tende a produzir visões.⁵



Portanto, mais que mera diversão ou entretenimento, o que essa indústria fornece, ao custo de alguns trocados, são porções rigorosamente quantificadas de fantasia, desejo e euforia, para criaturas cujas condições de vida as tornam carentes e sequiosas delas. Como disse outro teórico, Guy Debord, essa indústria se esforça por compensar o extremo empobrecimento da vida social, cultural e emocional, arrebatando as pessoas para uma celebração permanente das mercadorias, saudadas como imagens, como novidades, como objetos eróticos, como espetáculo, enfim.

Entendido na sua totalidade, o espetáculo é tanto o resultado quanto o objetivo do modelo de produção dominante. Não é algo *acrescentado* ao mundo real — não é

18. EMBORA MONOCROMÁTICA E COM TELA PEQUENA, A TV SE TORNOU UM SUCESSO QUE ESVAZIOU SENSIVELMENTE AS PLATÉIAS DOS CINEMAS.

A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA REAGIU, EXPLORANDO NOVOS RECURSOS DE SOM, FILMAGEM E PROJEÇÃO: CINEMASCOPE, CINERAMA E 3-D, PROCESSO LANÇADO PELA POLAROID COMPANY, EM 1952, QUE EXIGIA O USO DE ÓCULOS ESPECIAIS DE PAPEL BICOLOR PARA SE OBTER A SENSACÃO DE TRÊS DIMENSÕES.

REVOLUTIONARY NEW FOOD TREND!

"The over \$4,000 consumers . . . want not only good food, but convenience built into the food as well; and they are prepared to pay for whatever services the food industry can provide."
Fortune Magazine, October, 1953

—and Here's Swanson's Answer!



Swanson TV Dinners



Swanson TV Dinners contain:

Thick slice of juicy turkey with rich, moist turkey gravy and cornbread dressing. Whipped sweet potatoes, tender green beans, and a delicious turkey sandwich. Swanson's famous old-fashioned goodness!

C. A. SWANSON &
 QUICK-FROZEN FOODS

A complete quick-frozen turkey dinner ready to heat and serve

Just what housewives want—no work, no thawing needed. Out of the box into the oven—25 minutes later a hearty turkey dinner ready to eat on its own aluminum serving tray!

A BIG BOLD SWANSON SMASH CAMPAIGN IS SPREADING THE NEWS LIKE WILDFIRE

It's the "hotter" item ever handled in a frozen food department. Get in now. Call, write, wire your Swanson Place, Food Distributor.

SONS • OMAHA 8, NEBRASKA
 28 JUNE, 1954

19. "DA CAIXA PARA O FORNO — 25 MINUTOS DEPOIS, UM PEITO DE PERU PRONTO PARA COMER, EM SUA PRÓPRIA BANDEJA DE ALUMÍNIO."

PROPAGANDA NORTE-AMERICANA DE 1953: REFEIÇÃO CONGELADA, A "TENDÊNCIA REVOLUCIONÁRIA", SERVIDA NO MESMO RECIPIENTE EM QUE É AQUECIDA PARA SER CONSUMIDA DIANTE DA TV.

uma escolha *já feita* na esfera da produção e o resultado consumado dessa escolha. Tanto na forma como no conteúdo, o espetáculo serve como justificação total para as condições e as metas do sistema existente. Ele ademais assegura a *presença permanente* dessa justificação, pois governa praticamente todo o tempo despendido fora do processo de produção.⁶

Para uma cultura orgulhosa de se representar como a herdeira das tradições civilizadoras dos gregos e romanos, do humanismo renascentista, do racionalismo da Ilustração e

um elemento decorativo, por assim dizer. Ao contrário, constitui o próprio coração da realidade irreal dessa sociedade. Em todas as suas manifestações específicas — notícias ou propagandas, anúncios ou o consumo de quaisquer formas de entretenimento —, o espetáculo concentra o modo dominante de vida social. Ele é a celebração onipresente de

das instituições liberais-democráticas do século XIX, essa metamorfose tem sido um golpe intolerável em sua auto-estima, o que a mantém relutante em aceitar o diagnóstico — aversão que a induz a renegar neuroticamente sua condição, reproduzindo imagens alienadas e fantasmáticas de si mesma e recorrendo às fórmulas mais aberrantes de representação espetacular. Raramente se ouve a voz de críticos lúcidos, como Neil Postman, com seu tom perturbadoramente profético:

Quando toda uma população vê suas atenções atraídas pelo trivial, quando a vida cultural é redefinida como uma sucessão perene de entretenimentos, quando toda conversação pública séria se torna um balbúcio infantil, quando, em suma, um povo vira platéia e seus negócios públicos um número de teatro de revista, então a nação se acha em risco: a morte da cultura é uma possibilidade nítida.⁷

Da ditadura publicitária à pop art

E quantas vezes a cultura do século XX não morreu, ou melhor, não foi assassinada, nesse período turbulento que o historiador Eric Hobsbawm chamou de "era dos extremos"? Pois foram as instâncias de poder que em primeiro lugar se valeram desse pendor contemporâneo para a ilusão. Instâncias que correspondiam à interação entre os sólidos interesses econômicos e os grupos políticos articulados ao redor de plataformas que refiguravam as pessoas como heróis, suas lutas como épicas, os inimigos como demônios e a vitória final como a liberdade e a felicidade conquistadas num campo de batalha sangrento e fumegante. Nas palavras de Guy Debord,

A negação absoluta da vida, na forma de um paraíso falacioso, não é mais projetada nos céus, mas encontra seu lugar no contexto da própria vida material. O espetáculo é portanto uma versão tecno-

lógica do exílio dos poderes humanos num “mundo superior a este” — e a perfeição é alcançada graças à separação *entre* os seres humanos.⁸

Essa fórmula básica, que propunha o reino prometido em troca da estigmatização, exclusão, perseguição e até do extermínio de grupos humanos específicos, foi a primeira a fazer um uso intenso e sistemático dos novos recursos eletro-eletrônicos de comunicação e das técnicas da publicidade moderna. A receita consistia em opor, em duelo mortal, uma grande generalidade passível de receber representação épica e heróica — uma “nação”, uma “raça”, uma “cultura”, uma “tradição”, uma “civilização”, uma “filosofia”, uma “ciência” — que se opunha aos segmentos apresentados como egoístas, sectários, renegados, subversivos, estrangeiros, impuros, contaminadores, degenerados e perversos. Tais grupos poderiam ser representados como uma classe social, uma etnia, uma religião, uma doutrina, uma tara, uma patologia, um arcaísmo ou, no melhor dos casos, tudo isso ao mesmo tempo.

A utilização coordenada da imprensa, do cinema, de canções, rádio, pôsteres, slogans, imagens, cores, símbolos, monumentos, performances e rituais espetaculares em espaços públicos, propiciou a esses grupos poderes de comunicação, sedução e apoio político entusiástico em escala jamais vista. Nas décadas de 1920, 30 e 40, Estados potencializados por esse virtual monopólio das novas tecnologias comunicacionais instituíram práticas de política cultural concebidas como autênticas engenharias de imaginações, emoções, desejos e comportamentos. Estados baseados nesse arcabouço eletro-eletrônico e em efeitos espetaculares assumiram diferentes feições, cada qual com suas características peculiares, desde as nazi-fascistas e stalinistas da Europa, até o populismo autoritário de Roosevelt na América e as fórmulas híbridas das nações periféricas, como Juan Carlos Perón na Argentina e Getúlio Vargas no Brasil.

Após 1945, a instauração da Guerra Fria reformularia o jogo político em termos, literalmente, de um duelo de propaganda. O núcleo das potências capitalistas de um lado e, do outro, o bloco soviético, separados simbolicamente pelo muro de Berlim, manteriam seu enfrentamento por meio do controle das comunicações, da política cultural e dos sistemas educacionais, na medida em que o advento das armas atômicas tornava o conflito direto inviável. Macarthismo e stalinismo se representavam como os únicos dialetos em que podia ser articulado qualquer discurso público ou prática cultural. Nas periferias do mundo, o confronto se desdobrava em violência desenfreada, por meio de ditaduras brutais e guerras genocidas em que eram testados os últimos prodígios da corrida armamentista, incluindo armas químicas, biológicas e mísseis teleguiados de grande impacto destrutivo. Os massacres diários nas periferias se traduziam em duelos estatísticos na linguagem publicitária da Guerra Fria.

A rebelião juvenil dos anos 60 — catalisada pela resistência obstinada à intervenção norte-americana no Vietnã e pelo repúdio à repressão da Primavera de Praga pelas tropas soviéticas — abriu um campo de representação cultural autônomo, desvinculado da polarização da Guerra Fria. A indignação, o idealismo, a generosidade e a disposição de sacrifício dos jovens, associados às suas mensagens de humanismo, pacifismo e espontaneidade no retorno aos valores da natureza, do corpo e do prazer, da espiritualidade, abalaram o campo político estagnado e os transportaram para o centro do espetáculo. Sua palavra de ordem, “Faça amor, não faça a guerra”, seguia a fórmula concisa e lapidar dos slogans publicitários e era acompanhada do símbolo oriental de uma forquilha invertida dentro de um círculo, caracterizando um logotipo, o que demonstra o quanto os jovens se apropriaram de técnicas que regiam o universo das mercadorias.

É claro que o mercado se aproveitaria dessa ambivalência para fazer exatamente o oposto, isto é, para incorporar o prestígio da rebe-



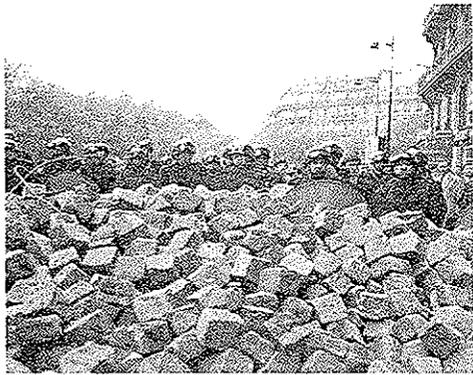
20. MANIFESTAÇÃO CONTRA A GUERRA DO VIETNÃ EM FRENTE AO OBELISCO MONUMENTAL EM WASHINGTON, EM 1971.

O SÍMBOLO PACIFISTA TOMOU O LUGAR DAS ESTRELAS, NA BANDEIRA NORTE-AMERICANA.

21. DEPOIS DO CONFRONTO VIOLENTO ENTRE POLÍCIA E ESTUDANTES NA "NOITE DAS BARRICADAS", ENTRE 10 E 11 DE MAIO DE 1968, AS CENTRAIS SINDICAIS E OS PARTIDOS DE ESQUERDA CONCLAMARAM GREVE GERAL DE SOLIDARIEDADE EM TODA A FRANÇA. APESAR DA CRISE POLÍTICA QUE SE DEFLAGROU, AS ELEIÇÕES DE JUNHO REITERARAM A VITÓRIA DO CONSERVADORISMO.

lião juvenil e usá-lo para dotar os artigos de consumo de um charme pretensamente "irreverente" e "desreprimido". Essa estratégia se revelaria em peças publicitárias famosas, em tom de suposta contestação, como "A liberdade é uma calça velha, azul e desbotada", para promover a venda de roupas de brim, ou "Corra para bem longe da sua casa" (abusando do célebre mote hippie "*turn in, turn on, drop out*", "se ligue, pira e caia fora"), criado para impulsionar a venda de tênis esportivos apropriados para corridas e *jogging*.

Graças, pois, ao modo como as novas gerações se voltaram para valores sensoriais, sensuais e espirituais, forças econômicas até então submetidas ao dualismo redutivo da atmosfera política puderam tanto se desprender da tutela do Estado, como investir a mercadoria de uma aura de glamour e sensação, recolocando-a no âmago do imaginário cultural, recoberta pelos novos vernizes da juventu-



de, do hedonismo e da liberdade de escolha. Não por acaso a cor da moda se torna o "*shocking pink*", o rosa-shocking, de perturbadora sugestão genital, aplicado ampla e generosamente às roupas e recursos de maquiagem, aos objetos pessoais, à decoração de ambientes, ao mobiliário, aos eletrodomésticos, aos carros, às embalagens, e também, é claro, aos doces, sorvetes e confeitos. O que levou um grupo de artistas a levar esse cinismo ao extremo, pintando de rosa-shocking um tanque de guerra.⁹

Assim, as ditaduras da moda, do estilo e do consumo, todas baseadas numa multiplicidade crescente e opressiva de opções, substituiriam a lógica dual da Guerra Fria, cujo ato final, assinalado sintomaticamente por um carnaval de imagens, se deu com a queda do muro de Berlim em 1989. Essa ebulição sísmica da mer-

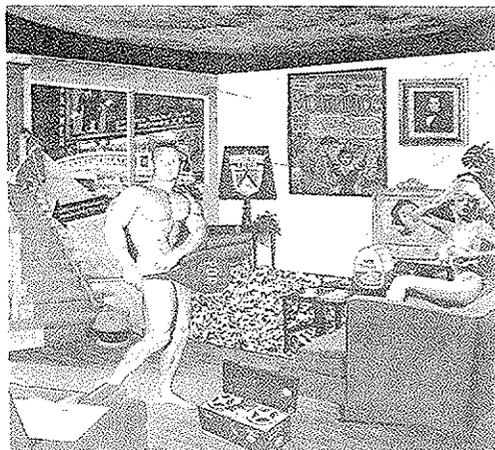
22. QUANDO OS UNIVERSITÁRIOS DE PARIS SAÍRAM ÀS RUAS NO COMEÇO DE MAIO DE 1968, PROTESTAVAM CONTRA A POLÍTICA OBSCENA QUE PROMOVIA A GUERRA DO VIETNÃ E AS DISPARIDADES SOCIAIS. MANIFESTAVAM AINDA SEU DESCONTENTAMENTO COM O ULTRAPASSADO SISTEMA DE ENSINO E AS MÁS CONDIÇÕES DAS UNIVERSIDADES.

23. A CRESCENTE INSATISFAÇÃO COM O TOTALITARISMO SOVIÉTICO LEVOU ALEXANDER DUBCEK AO CARGO DE PRIMEIRO-SECRETÁRIO DO PARTIDO COMUNISTA TCHECOSLOVACO EM JANEIRO DE 1968.

EM 21 DE AGOSTO AS TROPAS RUSSAS INVADIRAM O PAÍS, PONDO FIM AO PROGRAMA DE REFORMAS DO "SOCIALISMO COM ROSTO HUMANO" PROPOSTO POR DUBCEK.

24. "LE MAZELLE DECLARA GUERRA ÀS COISAS COMUNS." PROPAGANDA BRASILEIRA DE CONFECÇÃO DE ROUPAS FEMININAS, DE MAIO DE 1968.





25. "MAS O QUE É QUE FAZ AS CASAS DE HOJE TÃO DIFERENTES, TÃO ATRAENTES?"

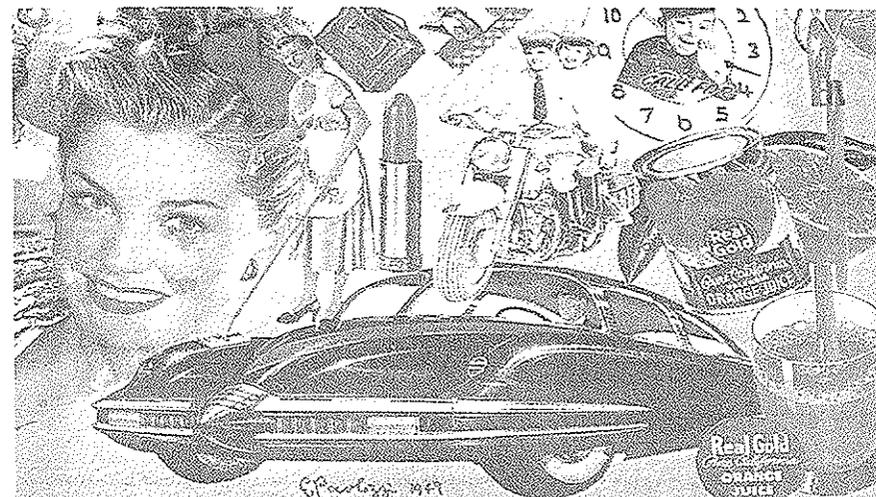
CARTAZ DA EXPOSIÇÃO "ISTO É AMANHÃ", CÉLEBRE ACONTECIMENTO NA CENA ARTÍSTICA LONDRINA EM 1956. TETO LUNAR, PRESUNTO EM LATA SOBRE A MESA, SÍMBOLO DA FORD NO ABAJUR, MOÇA AO TELEFONE NA TELA DA TV, GRAVADOR DE ROLO ETC., O INVENTÁRIO DO CONSUMO E DA CULTURA POPULAR URBANA NA SALA DE VISITAS, NA COLAGEM DO ARTISTA INGLÊS RICHARD HAMILTON.

cadoria já vinha sendo registrada e denunciada, com um corrosivo senso de ironia e sarcasmo, pela pop art, desde o início dos anos 50. Artistas como Richard Hamilton, Eduardo Paolozzi, Robert Rauschenberg, Roy Lichtenstein, Claes Oldenburg e Andy Warhol perceberam que a mercadoria

havia assumido o centro da cena cultural, apoiada em dois processos básicos: sua abstração em ícones visuais sedutores pela publicidade, em especial pela TV, e a transformação do consumo num ato simultaneamente "libertador" e substitutivo dos desejos reprimidos. De modo que, na sociedade da mercadoria, o consumismo seria proposto como a terapia por excelência para aliviar o mal-estar gerado pela própria essência desse sistema, centrado no mercado e não nos valores humanos.¹⁰

A Revolução Microeletrônica e o Motim de Tompkins Square

Juntemos agora esses três fenômenos fundamentais: a ascensão da cultura da imagem e do consumo, a desregulamentação dos mercados e a retração do Estado, com a progressiva desmontagem de seus mecanismos de distribuição e apoio social, promovidos pela



era Reagan (1981-89) e Thatcher (1979-90) — e, por trás disso tudo, como seu elemento propulsor, a Revolução Microeletrônica e digital. O resultado é uma situação na qual as imagens são mais importantes do que os conteúdos, em que as pessoas são estimuladas a concorrer agressivamente umas com as outras, em detrimento de disposições de colaboração ou sentimentos de solidariedade, e na qual as relações ou comunicações mediadas pelos recursos tecnológicos predominam sobre os contatos diretos e o calor humano. É um mundo sem dúvida vistoso, mas não bonito; intenso, mas não agradável; potencializado por novas energias e recursos, mas cada vez mais carente de laços afetivos e de coesão social.

Um dos diagnósticos mais agudos sobre a natureza dessa situação foi formulado pelo artista e músico Brian Eno em 1979, quando

26. SEM TÍTULO.

COLAGEM DE 1949 DO ESCOCÊS EDUARDO PAOLOZZI, UM DOS PRECURSORES DA POP ART. PARA O ARTISTA, "OS SÍMBOLOS PODEM SER INTEGRADOS DE DIVERSAS MANEIRAS. O RELÓGIO COMO UMA MÁQUINA DE CALCULAR OU UMA JÓIA, UMA PORTA COMO UM PAINEL OU UM OBJETO DE ARTE, A MÁQUINA FOTOGRAFICA COMO UM LUXO OU UMA NECESSIDADE".

ele se mudou para a área mais badalada de Nova York, junto ao bairro de Greenwich Village, onde viveria pelos cinco anos seguintes. Ali a comunidade artística convive numa fronteira estreita com a área da Bolsa de Valores e o mercado da nova economia, centrada desde 1971 na Bolsa Nasdaq. Por conta dessa concentração de riquezas e oportunidades, a região atraiu uma enorme população de yuppies, gente muito jovem que em pouquíssimo tempo acumulou grandes fortunas especulando com os potenciais da economia virtual.¹¹

Como a área vizinha sempre foi associada às atividades portuárias e como os portos por todo o mundo decaíram em função das inovações técnicas que baratearam os custos do transporte aéreo, os antigos prédios que eram armazéns de estocagem de mercadoria foram convertidos em amplos apartamentos de luxo, os *lofts*. Ao seu redor, atraídos pela riqueza dessa gente, proliferaram galerias de arte, joalherias e butiques sofisticadas.

Ao mesmo tempo, grandes contingentes de desempregados foram também atraídos pela mesma e imensa prosperidade. Eram gente de todos os cantos do país, tornada “obsoleta”, ou imigrantes do Terceiro Mundo, incitados pelas possibilidades de se alojar clandestinamente nos prédios desativados ou de se estabelecer nas praças e ruas vizinhas. Para eles, a grande vantagem estava em que ali poderiam viver dos excessos prodigiosos do consumo que aquela camada de novos-ricos descartava todo dia, abundantemente, em suas lixeiras. O sul da ilha de Manhattan se tornou, nesses termos, uma espécie de cenário que sintetizava o conjunto de transformações que assolavam o mundo nesse fim de século, acentuando as desigualdades e os conflitos sociais.

Poucos dias depois de ter chegado ali, em fins de dezembro de 1979, sob os rigores do inverno nova-iorquino, Brian Eno relatou o seguinte episódio, altamente revelador de um novo mundo e de uma nova sensibilidade em formação:

Eu estava me divertindo muito naquele momento, mas não conseguia deixar de sentir que havia um tipo peculiar de empobrecimento essencial se manifestando naquela sociedade para a qual eu havia me mudado. Do que exatamente se tratava, ficou claro para mim num dia em que fui convidado ao *loft* glamouroso de uma celebridade — um projeto arquitetônico e decorativo de cerca de dois milhões de dólares, localizado numa área tensa da cidade. Tivemos que saltar entre os montes de mendigos que abarrotavam a entrada do prédio, depois de atravessar aos solavancos aquelas ruas abarrotadas de dejetos, num táxi caindo aos pedaços, até que conseguimos entrar naquela ostentação de luxo totalmente decadente. Durante o jantar eu perguntei à nossa anfitriã: “Você gosta de morar aqui?” “Mas claro”, ela respondeu, “esse é o lugar mais adorável em que eu já morei em toda a minha vida.”

Logo me dei conta de que o “aqui” em que ela morava terminava na porta de entrada da casa. Essa era uma maneira de pensar totalmente estranha para mim. O meu “aqui” inclui no mínimo toda a vizinhança. Depois dessa experiência, passei a reparar que a comunidade desses jovens envolvidos no mercado artístico de Nova York tinha a mesma estreiteza no que se referia à sua aceção de “agora”. “Agora” para eles significava “esta semana”. Todos eles tinham acabado de chegar ali e estavam dispostos a ir para qualquer outro lugar a qualquer momento. Ninguém se dispunha a nenhum investimento em qualquer tipo de futuro a não ser o deles mesmos, concebido nos termos mais estreitos que se possa imaginar.

Escrevi então no meu diário, naquele mês de dezembro: “Cada vez mais eu sinto que quero morar num Grande Aqui e num Longo Agora.”¹²

A preocupação de Brian Eno é mais do que sintomática. De fato, o que ela indica é o oposto de seu desejo: o fato de que somos draga-



27. MARGARET THATCHER COMEMORANDO DEZ ANOS NO MINISTÉRIO BRITÂNICO, EM 1989.

SUAS MANOBRAS DE DESREGULAMENTAÇÃO E DESMONTAGEM DO ESTADO DE BEM-ESTAR SOCIAL ATRIBUÍRAM AO SEU GOVERNO UM CUNHO AUTORITÁRIO CRESCENTE.

dos cada vez mais rápido e cada vez mais fundo para um mundo cada vez mais retraído num Pequeno Aqui e num Curto Agora. Além, é claro, do fato de as pessoas estarem cada vez mais indiferentes ao destino de seus próximos ou a qualquer senso de convívio, de comunidade ou de solidariedade. As pessoas vão se fechando num “nós” cada vez mais exclusivo, tendendo a se restringir, no limite, a um “eu” conectado numa rede infinita de circuitos virtuais. Casais que se falam por meio de secretárias eletrônicas, pais que se comunicam com os filhos pela Internet, professores que ensinam por teleconferência a alunos que respondem por e-mail. Ao redor deles, um mar de gente relegada, sucateada como máquinas obsoletas, abandonada ao relento.

Pouco depois de Brian Eno deixar Nova York, as circunstâncias se precipitaram. O aquecimento furioso do mercado de especulação imobiliária no sul de Manhattan, onde as fortunas se multiplicavam a um toque nos botões eletrônicos, atingiu o paroxismo. Os agentes especuladores, numa avidez por lucros nunca vista, começaram a pressionar a polícia para que ela desalojasse os moradores clandestinos, as populações das ruas e praças e as legiões de pobres e desempregados vivendo como nômades urbanos, que iam ali coletar os desperdícios dos ricos. Atacada sistematicamente, a população carente do sul de Manhattan reagiu.

Os dois grupos, os despossuídos e a polícia, se enfrentaram numa ampla área pública que ambos disputavam, a Tompkins Square — mesma praça que, em janeiro de 1874, fora palco de um famoso enfrentamento entre desempregados e polícia. Dessa vez, a polícia com cassetetes gigantes, bastões de choque elétrico, algemas, bombas de gás, cães, cavalaria e helicópteros; a população de rua com panelas, com as latas de alumínio que recolhiam e os carrinhos de supermercado em que arrastavam seus cobertores e agasalhos. Era uma luta desigual, desencadeada e vencida pelos que queriam afirmar uma nova ética baseada na desigualdade. Aconteceu em 1989 e ficou conhecida como o Motim de Tompkins Square, marcando o início da política repressiva chamada de “tolerância zero”. Seu objetivo era transformar grande parte da população “obsoleta” em população carcerária, com predominância das comunidades negra e latina e imigrantes em geral. Num sentido muito preciso, esse motim significou também o fim de uma era, lançando as raízes do novo século.¹³