

T CÉSAR, Marisa e DE PAULA, Marcos V. de Mergulho na superfície.
Em: D INCLASSIFICADOS Rio de Janeiro 2003 (8 p.) [jornal] [artigo]

MERGULHO NA SUPERFÍCIE

Marisa Flório Cesar

Marcus Vinicius de Paula

“THÉÂTRE DU VIDE”, diz a manchete. O jornal é a edição dominical do *France Soir*, de 27 de novembro de 1960. É o “journal d’un seul jour”, adverte. Entre os subtítulos lemos: “Actualité”, “Sensibilité pure”, “Le peintre de l’espace se jette dans le vide”. Uma montagem fotográfica ocupa quase um quarto da primeira página: um homem mergulha no vazio.

A folha do suplemento *Dimanche* é uma incursão de Yves Klein naquele periódico semanal. Substituindo a primeira página, distribuindo e vendendo milhares de exemplares entre amigos e nos quiosques de Paris, o artista interferiria diretamente sobre o processo de divulgação do terceiro Festival de Arte de Vanguarda de Paris. Celebrava, assim, o Dia Mundial do Teatro e anunciava uma nova era: a revolução do azul, o mergulho na imaginação e na vida.

O auto-retrato do artista se tornaria emblemático. Klein seria considerado um dos primeiros a expandir o campo da arte contemporânea, a inserir-se nos sistemas que lhe eram estrangeiros, a intervir diretamente no cotidiano das pessoas. Joseph Kosuth o consagraria como o fundador da Arte Conceitual; *Fluxus*, entre outros, iria beber em sua fonte.

Todavia, tomemos um jornal qualquer. Se, em um primeiro momento, o volume em nossas mãos nos promete um mergulho na profundidade da experiência humana, o que ele nos devolve é a superfície rasa da informação. Um espelho diário e fugaz: *Daily mirror*, intitula um jornal inglês.

A espessura profunda e enigmática da Palavra, na origem dos tempos guardiã da revelação e da verdade, se fragmenta em estilhaços múltiplos. O homem, criatura que durante séculos orgulhou-se de ser espelho e semelhança de um Verbo, vê seu reflexo na glória efêmera da mídia, nos protagonistas de um crime, na vítima de um acidente, nos personagens de *fait-divers*. Anônimos alçados, como heróis ou vilões, à celebridade de um dia. Todo homem será famoso por quinze minutos, afirmaria Andy Warhol.

Warhol se apropriaria de imagens que, divulgadas à exaustão pela imprensa e pela publicidade, se tornariam mitos e tabus da sociedade americana: *Brillo Boxes*, garrafas de *coca-cola*, cadeiras elétricas, celebridades. No circuito da mídia, os mitos não são mais que imagens exauridas na repetição. Desprovidas de mistérios, não possuem enigmas a decifrar: se outrora devoravam, agora são devorados na autofagia da sociedade de consumo, em sua voraz e incessante renovação. Marilyn Monroe, John Kennedy, James Dean: o destino trágico dos mitos contemporâneos é engendrado e exibido em sua máquina vertiginosa.

Se o vazio otimista de Klein encerrava promessas, anunciando a origem de uma nova era - a cosmogonia do azul -, o de Warhol constataria, com cinismo e desencanto, o eterno retorno da cópia: no lugar do original, a novidade descartável e substituível. É a superfície sem fundo do domínio da série, da indústria da informação e do signo-mercadoria que ali brilha em sua oca repetição. “Se vocês quiserem saber tudo sobre Andy Warhol, apenas olhe para a superfície de minhas pinturas e filmes. E lá eu estarei. Não há nada atrás disso”.

Nada atrás. A superfície do espelho nos devolve a imagem de um espectro maquiado no reflexo das estrelas do *show-business* ou dos flagelos diários. Ela é capaz de interrogar a perplexidade daquele que vive? Somos apenas a reiteração fantasmática do veiculado como exemplar na mídia?

Nos anos 70, fascinado com o poder dos meios de comunicação de produzir mitos, o artista americano Jerry Drea formaria o grupo *Les petits Bonbons*. O grupo, só por freqüentar os lugares certos e vestir as roupas apropriadas, tornou-se uma banda de rock famosa. Sem jamais tocar ou compor uma música, teve cobertura das principais revistas da época. Empregando-se em um jornal de Wisconsin, o artista

continuará a manipular a mídia de massa: realizava ações anônimas na rua que ele próprio documentava para virar matéria no jornal.

A experiência de nossa existência parece reduzida ao acontecimento informado. Maurice Mouillaud (*O jornal, da forma ao sentido*) enfatizaria que estes são distintos: a experiência vincula-se a um aqui e um agora, é única, intransferível. O acontecimento, por sua vez, é um relato da distância, veiculado pela informação. Como um fragmento móvel recortado de uma totalidade “que por si só não pode ser compreendido”, a informação necessita de uma moldura que extraia o acontecimento de seu contexto, permita seu deslocamento e a construção de um sentido em um outro campo.

Esse campo é a totalidade espacial reconstruída pelo jornal em suas páginas: esquadrihadas sob títulos diversos, aproximam-se ocorrências de várias localidades do mundo. Suspendem-se as distâncias físicas na sincronia dos eventos. Emoldurados na diagramação das colunas em recortes ortogonais e justapostos no interior da página retangular, os acontecimentos são classificados e padronizados também pela forma como se apresentam. Tudo se aproxima em sua homogeneidade.

A diagramação e o texto são, portanto, indissociáveis e indispensáveis para a prescrição do conteúdo e dos caminhos da leitura. Basta pensarmos no Manifesto Futurista publicado no jornal francês *Le Figaro*, em 1909. A forma tradicional assumida pela mancha gráfica, em relação à irreverência das idéias nele contidas, nos conduz a uma reflexão: o simples olhar sobre a folha impressa não indica que ali se encontram ideais bombásticos. Não existe nada de espetacular que atraia a atenção do leitor distraído. O formato do manifesto impresso transmitiria muito mais a personalidade do jornal do que a do movimento artístico, cuja criação poética esteve sempre associada à diagramação inovadora das “palavras em liberdade” de Marinetti. Necessitando de um veículo de grande alcance junto à massa, o primeiro manifesto da vanguarda futurista se submeteu à clausura ortogonal do periódico. Uma liberdade vigiada.

Nos jornais atuais, o leitor não mergulha nas páginas, mas sobrevoa suas camadas. Reproduzem, ainda hoje, na separação de seus cadernos, a especialização das esferas de conhecimento como se fora zonas de consumo. O olhar desliza sem direção definida sobre os títulos, a indução da leitura é ainda mais sutil: seu percurso é

o apelo das manchetes e a escolha da matéria capaz de retirá-lo de sua desatenção e seu torpor, ainda que por breves instantes.

Breves instantes: pois se o jornal pretende um todo espacial emoldurando fragmentos de relatos diversos, seu tempo é aquele da atualidade: vincula-se ao imediato, ao presente descartável da informação. A uma atualidade que substitui outra, que se esvaece hoje, para reacender-se amanhã com novos protagonistas encenando um drama quase idêntico ao de ontem. A “Atualidade” do “Teatro do Vazio” de Klein não era aquela da notícia, mas aspirava a uma reversão: a cópia desgastada deveria ser vertida no único da “sensibilidade pura” – “o jornal de um só dia”.

É justamente o espaço da narrativa que a informação fragmenta: seqüestra sua longa temporalidade, despreza e comercializa a memória, desfaz os laços de significação entre o antes e o depois, espetaculariza a história.

“A arte de narrar está definindo porque a sabedoria — o lado épico da verdade — está em extinção”, preconizaria Walter Benjamin (*O narrador*). A era da imprensa jornalística é também aquela da indústria e da velocidade dos meios, da circulação vertiginosa das notícias: a narrativa seria banida da esfera do discurso vivo, a comunicação abandonaria a forma orgânica da fala, a co-presença daquele que fala e do outro que escuta. Em seu posto, reluziria a informação dos fatos cotidianos e sua entrega no imediato, a notícia se explica e se esgota no momento em que se enuncia.

Ora, a narrativa pertencia a um tempo artesanal e orgânico, tecia suas rimas ao ritmo da vida. Narrar a história de uma experiência equivalia a rememorar e atualizar sua verdade, a verdade de como e por quê o mundo e o homem vieram à existência, de como ou por quê algo se passou. Os mitos e seus pares, como lendas e fábulas, com seus conselhos, seus ensinamentos práticos, constituíam o paradigma de todo acontecimento, modelos positivos ou negativos a serem copiados ou evitados. A memória se reescrevia a cada geração, a cada estação do ano, a cada episódio do cotidiano. A narrativa garantia, através das regras intrínsecas às formas do relato, a autenticidade da transmissão, a autoridade de quem fala, o lugar daquele que deve ouvir.

Quem, então, fala no jornal? Para quem? Em nome de quem? Com que autoridade? Com que autenticidade?

Abandonemos a nostalgia das conversas ao pé do fogo e escutemos um relato do agora: “A melhor maneira de se acabar com uma guerra é mostrar toda a verdade sobre ela” A chamada é do jornal *O Globo*, e faz parte de sua campanha publicitária veiculada em outra mídia, a televisão.

Um olhar mais detido sobre a frase e declinamos, dela, algumas considerações. O jornal informa um acontecimento atual: estamos no interior de um conflito. Mas o conflito não ocorre no território por onde o jornal circulará: ainda que o nome do jornal enuncie a totalidade espacial de que falávamos – o globo terrestre onde vivemos –, ele alcançará basicamente o estado do Rio de Janeiro e algumas regiões do Brasil.

O jornal pretende mostrar a verdade, insinua assim possuir poder de autenticar, de legitimar uma realidade.

A frase alude ainda a outro momento além da atualidade: o futuro subentendido na possibilidade do término da guerra. Saber a verdade da guerra é poder dar-lhe fim. Dar fim ao que mais asfixiante a guerra engendra: sua absoluta falta de sentido. Como se a suposta verdade revelada pelo jornal fosse capaz de aplacar esse vácuo produzido pela catástrofe no fluxo contínuo do tempo, pela interrupção abrupta da história: dar sentido ao colapso do instante. Mas o jornal é capaz de recuperar o sentido, além da superfície?

Ao assumir-se como expositor neutro de uma verdade, exime-se de um papel autoral. Outras fontes supostamente autênticas falam no jornal. Ele veicula as várias vozes que testemunham e relatam um acontecimento, coloca-as lado a lado. Posiciona-se assim como um narrador anônimo e impessoal que apenas agencia falas, do qual a fonte privilegiada de sentido parece ter desaparecido.

Apresentando-se como um sistema polifônico, recorda-nos um *papier collé* de Picasso que nos remete a outra guerra, a dos Balkans. Em *Suze*, de 1912, diversos recortes de jornal preenchem o fundo da página, disputam seu espaço: são vozes que invadem o que seria o vazio do espelho. Vozes que falam sobre a guerra na Europa, a economia, a cólera na Turquia. Se o discurso se fragmenta e não revela mais que frações diversas, não poderia haver um horizonte fixo que hierarquizasse os pontos de vista da perspectiva pictórica. Sem um ponto de fuga centralizado, o espaço cubista não é mais o vazio da ilusão tridimensional, mas se constrói e se destrói em planos

justapostos. Sem a origem da fala, em seu *papier collé*, as vozes que ecoam ao redor da mesa se multiplicam. Cada qual guarda seu ponto de vista, seu ritmo, sua perspectiva, sua opinião. Onde estaria o narrador?

Diz-se que a função de um jornalista idôneo é assegurar-se da autenticidade daquele que fala. O que presume, por um lado, um pacto de confiança estabelecido entre jornal e leitor, portanto a constituição de uma esfera pública secularizada, e, de outro, a construção de um sentido a ser compartilhado, a formação de uma opinião consensual. No entanto, o jornal dissimula, na sistematização dos testemunhos, a perspectiva que subjaz sob o agenciamento das falas: há uma ideologia na origem da emissão ao sem-rostro do endereçamento, àqueles a quem o jornal quer informar e fazer acreditar. O narrador oculto está longe de ser neutro, a fonte privilegiada de sentido sequer desapareceu: há uma longa cadeia de interesses e poderes por onde circula a informação, e que segue transformando-a e manipulando-a incessantemente em seu trânsito, da qual só vemos a superfície final que nos exhibe a face: o jornal.

A consciência de que os meios de comunicação estão submetidos a um controle centralizado da informação conduziria Cildo Meireles a utilizar o jornal como veículo de arte. No projeto *Classificados*, de 1970, o artista compraria espaços de venda de jornais conhecidos. Suas inserções nos circuitos ideológicos tentavam inverter a direção dessa perspectiva encoberta, fazendo-a a partir de um indivíduo que se expressaria em uma macro-estrutura.

Também Antonio Manuel, nas décadas de 60 a 80, durante a ditadura militar, se apropriaria do jornal. Tramando os espaços de circulação da informação e os da arte, explicitava os sistemas político-ideológicos por trás dos circuitos. Criaria fatos espetaculares que saíam nos jornais, como sua nudez diante da platéia de um *vernissage*: “homem nu no museu”, diziam as manchetes. Produziria jornais de 24h, assumindo-os como espaço de exposição que circularia pelas mãos dos passageiros dos trens da central, que embrulharia o peixe de D. Maria, que alcançaria o espectador que jamais pisou nos territórios quase sagrados das galerias e dos museus de arte. E, na direção contrária ao descarte da folha de jornal e ao esquecimento dos acontecimentos trágicos de nossa vida política, retrocederia da página impressa ao *flan*, devolvendo a materialidade e o peso, a perenidade e a responsabilidade social dos fatos irremediáveis.

Hoje, nesta guerra no Iraque, o que as várias mídias do mundo veicularam sobre o conflito exporia de modo feroz a manipulação da opinião pública: a CNN americana ocultava os desastres de suas investidas, o assassinato de civis iraquianos; a *Al Jazeera* do Oriente exibia o líder iraquiano nas ruas de Bagdá, aclamado pelo povo. Onde está Saddam Hussein? É ele que se apresentava nas imagens? Quem nos mostrará a verdade?

A propaganda do *O Globo* mascara ainda sua finalidade: a venda de jornais. Se a informação é, afinal, mercadoria, a guerra também o é.

A informação funciona sob o sistema de trocas da lógica do capital: sendo mercadoria, as notícias se aproximam dos classificados.

Uma das primeiras medidas da reforma gráfica do *Jornal do Brasil*, realizada por Amílcar de Castro e Reynaldo Jardim no final dos anos 50, foi a gradativa expulsão dos classificados que dominavam a primeira página do primeiro caderno. A venda explícita de mercadorias foi sendo relegada ao caderno de classificados, hoje o apêndice bastardo de qualquer grande jornal. A mercadoria manifesta foi substituída pela dissimulada: muito mais sedutora e imaculada, a informação se disfarça na aparência de uma dádiva generosa.

Com os classificados deixados à margem sob o controle do jornal, seu caderno é *underground* em relação ao sistema de cadernos (como o primeiro, o de economia, o caderno cultural) em que se insere. Todo marginal só o é em relação a um poder do qual se torna o modelo do Outro. E o Outro é aquele que expõe ao Mesmo sua face indesejada no espelho.

Ao assumir-se como *Inclassificados*, e não como um caderno cultural, este jornal e esta exposição rejeitam assumir um modelo fácil como também explicitam que a ambigüidade do seu nome — *in* como inserção e exclusão — é inerente à condição contemporânea: fazemos parte da lógica de mercado, da indústria da informação e do espetáculo, ainda que desejemos vazar suas classificações simplificadoras. Resta-nos a interrogação: como respirar em suas frestas?

O *Inclassificados* retira o classificado de seu contexto e do sistema que o aprisiona para ressimbolizá-lo. Experimenta assim liberar o fragmento, sem recuperá-lo em uma totalidade controlada, mas desejando tecer uma rede aberta e não hierarquizada. Uma rede polifônica composta de muitas teias, entrelaçada por

camadas profundas e diversas. Uma rede de trocas em que várias vozes são convidadas a falar lado a lado, cada uma com seu ponto de vista, cada qual em seu nome. Uma rede onde todos possam dialogar e cada um construa seu percurso de significação. Uma rede que minimize as distâncias, que nos parecem intransponíveis, entre as muitas realidades do mundo, entre a arte e seu público, entre aquele que fala e o outro que o escuta. Uma rede que alcance as brutalidades e as delícias do dia-a-dia: que o jornal também se aliene das falas, embrulhe o peixe da sexta, cubra o amor dos mendigos — “um pouco jogado fora, um pouco sábio demais”, assim como na canção. Todos são bem-vindos a tecer os laços desta rede e os rumos desta prosa.

Publicado originalmente em:

Jornal inclassificados 1- 2003