



Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

130
diciembre 2015
- marzo 2016

**Vivir las ciudades:
sentidos y experiencias urbanas
desde una mirada norte/sur global**



Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

EDITOR

Francisco SIERRA CABALLERO

COORDINADOR EDITORIAL

Gabriel GIANNONE

SECRETARIA DE REDACCIÓN

Rosa ARMAS

CONSEJO DE REDACCIÓN

Amparo CADAVID

UNIMINUTO, Colombia

Anabel CASTILLO BASTIDAS

CIESPAL, Ecuador

Ana María DURÁN

Universidad del Azuay, Ecuador

Pablo Andrés ESCANDÓN MONTENEGRO

Medialab Quito-CIESPAL, Ecuador

Eduardo GUTIÉRREZ

Pontificia Universidad Javeriana de Colombia

Eliana del Rosario HERRERA HUÉRFANO

UNIMINUTO, Colombia

Octavio ISLAS

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Daniel Fernando LÓPEZ JIMÉNEZ

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Efendy MALDONADO

UNISINOS, Brasil

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA

UCT/ UFRO, Chile

José Rafael MORÁN

CIESPAL, Ecuador

Francisco Javier MORENO

CIESPAL, Ecuador

Fernando ORTIZ

Universidad de Cuenca, Ecuador

María PESSINA

CIESPAL, Ecuador

Jenny PONTÓN

FLACSO, Ecuador

Abel SUING,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Nancy Graciela ULLOA ERAZO

Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

Rosa VALLEJO CASTRO

CIESPAL, Ecuador

Edgar VEGA

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Jair VEGA

Universidad del Norte, Colombia

José VILLAMARÍN CARRASCAL

Universidad Central del Ecuador

Jenny YAGUACHE,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

EDITORES ASOCIADOS

Norteamérica

Jesús GALINDO

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

Centroamérica

Hilda SALADRIGAS,

Universidad de La Habana, Cuba

Área Andina

Karina HERRERA MILLER,

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Cono Sur

Lorena Mónica ANTEZANA BARRIOS

Universidad de Chile

Brasil

Denis PORTO RENÓ,

Universidade Estadual Paulista, Brasil

CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Rosa María ALFARO

CALANDRIA, Perú

Luis Ramiro BELTRÁN (+)

Enrique BUSTAMANTE

Universidad Complutense de Madrid, España

Mauro CERBINO

FLACSO, Ecuador

Elíseo COLÓN

Universidad de Puerto Rico

Miquel DE MORAGAS

Universidad Autónoma de Barcelona, España

José Manuel DE PABLOS

Universidad de La Laguna, España

Carlos DEL VALLE ROJAS,

Universidad de La Frontera, Chile

Juan DÍAZ BORDENAVE, (+)

Heidi FIGUEROA SARRIERA

Universidad de Puerto Rico

Raúl FUENTES

ITESO, México

Valerio FUENZALIDA

Pontificia Universidad Católica de Chile

Raúl GARCÉS

Universidad de La Habana, Cuba

Juan GARGUREVICH

Pontificia Universidad Católica del Perú

Bruce GIRARD

Comunica.org

Alfonso GUMUCIO

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Antonio HOHLFELDT

PUCRS. Porto Alegre, Brasil

Gabriel KAPLÚN

Universidad de la República, Uruguay

Margarida María KROHLING KUNSCH

USP. Brasil

Margarita LEDO ANDIÓN

USC. España

José Carlos LOZANO RENDÓN

Universidad Internacional de Texas A&M. EE.UU.

José MARQUES DE MELO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

Amparo María MARROQUÍN PARDUCCI

Universidad Centroamericana, El Salvador

Jesús MARTÍN-BARBERO

Universidad Nacional de Colombia

Guillermo MASTRINI

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

María Cristina MATA

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Armand MATTELART

Université Paris 8, Francia

Toby MILLER

Cardiff University, Reino Unido

Walter NEIRA

Universidad de Lima, Perú

Neyla PARDO

Universidad Nacional de Colombia

Antonio PASQUALI

Universidad Central de Venezuela

Cecilia PERUZZO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

María Teresa QUIROZ

Universidad de Lima, Perú

Isabel RAMOS

FLACSO, Ecuador

Rossana REGUILLO

ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México

Germán REY

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Hernán REYES

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Omar RINCÓN

CEPER - Universidad de Los Andes, Colombia

Hilda SALADRIGAS

Universidad de La Habana, Cuba

Francisco SIERRA

USE, España

César Ricardo SIQUEIRA BOLAÑO

Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Muniz SODRÉ

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Guillermo SUNKEL

CEPAL - Naciones Unidas, Chile

Erick TORRICO

Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia

Gaëtan TREMBLAY

Université du Québec, Canadá

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación es una publicación académica pionera en el escenario de debate del campo comunicológico latinoamericano. Ha sido creada en el año 1972 y, desde entonces, es editada por CIESPAL, con sede en Quito, Ecuador.

Se publica de forma cuatrimestral, tanto en formato impreso como digital. Su modalidad expositiva es el artículo o ensayo científico. Los textos se inscriben en una perspectiva de investigación y están elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y de propuesta teórica sólida.

Para la selección de sus artículos Chasqui realiza un arbitraje por medio de pares académicos bajo el sistema doble ciego, por el que se garantiza el anonimato de autores y evaluadores. Para llevar adelante el proceso contamos con una extensa nómina de especialistas en diversas áreas de la comunicación y las ciencias sociales.

Chasqui se encuentra indexada en las siguientes bases de datos y catálogos:



CIESPAL

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011/ Ext. 231

www.ciespal.org

www.revistachasqui.org

chasqui@ciespal.org

ISSN: 1390-1079

e-ISSN: 1390-924X

Coordinadores Monográfico Chasqui 130

María Belén Espoz, Paulo Peixoto

Suscripciones: <http://suscripcioneschasqui.ciespal.org>

Diseño editorial

André Maya Monteiro

Corrección de textos

Noemí Mitter, Rosimeire Barboza Da Silva

Maquetación

Arturo Castañeda Vera

Las ilustraciones utilizadas en este número se basan en esculturas de la cultura Jama-Coaque, comunidad indígena que se asentó en lo que es ahora el litoral ecuaroriano, entre los años 500 a.C. y 1531 d.C.

Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.



Reconocimiento-SinObraDerivada

CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

9 EDITORIAL

- 9 **Nueva Economía de Signos y Espacios**
Francisco SIERRA CABALLERO

15 TRIBUNA

- 17 **Mídia, espetáculo e grotesco**
Muniz SODRÉ

27 MONOGRÁFICO

Vivir las ciudades: sentidos y experiencias urbanas desde una mirada norte/sur global

- 29 **Introdução: O urbanismo como linguagem da transformação das cidades**
María Belén ESPOZ y Paulo PEIXOTO
- 33 **La ciudad de Encarnación, Paraguay. Intervención urbana a gran escala y nuevos procesos socio-espaciales**
Walter Fernando BRITES
- 53 **Un acercamiento a la(s) experiencia(s) infantil(es) en relación al habitar y comer en contextos de socio-segregación urbana**
Ileana Desirée IBÁÑEZ y Juliana HUERGO
- 71 **As transformações do Rio pré-olímpico: ecos nas paisagens sonoras da Favela da Maré**
Andrea MEYER MEDRADO y Renata DA SILVA SOUZA
- 87 **Cidade mediatizada: Experiência, cotidiano e a representação do Rio de Janeiro nas redes sociais**
Renata REZENDE
- 107 **Imágenes para repensar las urbes latinoamericanas. Reflexiones a propósito de las postales sobre Quito**
Alfredo Miguel SANTILLÁN CORNEJO y Marialina VILLEGAS ZÚÑIGA
- 127 **Mediação Cultural e Comunicação na economia simbólica do centro histórico de Coimbra**
Jamile Miriã FERNANDES PAIVA
- 145 **La ciudad desde la ventana de la acción colectiva**
María Virginia QUIROGA, Silvina Analía GALIMBERTI y César Rafael QUIROGA
- 163 **Etnopaisagens emergentes na periferia de Brasília: os migrantes e as apropriações socioculturais da cidade**
Sofia CAVALCANTI ZANFORLIN
- 179 **Interações em cidades amazônicas sob a perspectiva da cartografia movente**
Fernanda CHOCHRON MIRANDA, Sandro Adalberto COLFERAI y María ATAIDE MALCHER
- 199 **La construcción escenográfica de la ciudad. Espacio público, turismo e itinerarios en Rosario (Argentina)**
Paula VERA, Diego Pablo ROLDÁN y Cecilia María PASCUAL

221 ENSAYO

- 223 **Reportagem: o gênero sob medida para o jornalismo contemporâneo**
Elizabeth MORAES GONÇALVES, Marli DOS SANTOS y Denis PORTO RENÓ
- 243 **Palavras que dão a volta ao mundo:
a personalização das catástrofes na mídia**
Márcia FRANZ AMARAL y Carlos LOZANO ASCENCIO
- 259 **Podemos y los recientes movimientos sociales globales en España:
hipótesis para una propuesta de investigación desde la práctica**
Jesús SABARIEGO
- 275 **Rádios de las Nacionalidades en Ecuador.
Un proceso de acción, de los derechos a la comunicación**
Vicente BARRAGÁN ROBLES y Byron GARZÓN
- 293 **O controle do território:
jornalismo, conflito e deslocados internos na Colômbia**
Angela ZAMIN y Lara NASI

311 INFORME

- 313 **Los desafíos de la integración y el pluralismo:
La prensa nacional y regional en Chile**
Carlos DEL VALLE ROJAS, Claudio SALINAS MUÑOZ, René JARA REYES
y Hans STANGE MARCUS
- 329 **Famílias rurais produtoras de tabaco e sua interação cotidiana
com tecnologias de comunicação: a reorganização da vida
pessoal e familiar**
Ana Carolina ESCOSTEGUY, Ângela Cristina TREVISAN FELIPPI,
Yhevelin GUERIN y Mizael DORNELLES
- 347 **Democratização da comunicação: indicadores comparativos
de media policy e a televisão no Mercosul**
Chalini TORQUATO BARROS
- 365 **El uso de Facebook por parte de los ciberparlamentarios españoles**
Jesús DÍAZ DEL CAMPO
- 381 **Malestar, prensa y ciudadanía en contexto de producción minera
al norte de Chile**
Constanza YÁÑEZ-DUAMANTE, Rodrigo BROWNE SARTORI
y Andrés MUSIC CÁCERES

399 RESEÑAS

439 ÍNDICE DE AUTORES

Tribuna



Mídia, espetáculo e grotesco

Media, spectacle and the grotesque

Medios, el espectáculo y lo grotesco

—

Muniz SODRÉ

—

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 130, diciembre 2015-marzo 2016 (Sección Tribuna, pp. 17-27)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL

Resumo

Interessa-nos aqui a função antitética do grotesco frente à representação clássica, que tem dado margem a que os efeitos de desarticulação e dispersão das formas possam ser relacionados à narrativa carnavalesca ou burlesca, não apenas na literatura, mas também no cinema, na televisão e, às vezes, na própria experiência vivida. Isto é possível porque, a partir do século XVII, o substantivo “grotesco” foi progressivamente transformando-se num qualificativo que encontrou lugar no campo semântico do ridículo, do caricatural ou do paródico. Hoje, o grotesco é a estratégia estética para a captação de públicos periféricos na televisão terceiro-mundista. Graças a este recurso, constituíram-se redes nacionais de televisão até hoje poderosas em termos de audiência.

Palavras-chave: comunicação; paródia; ridículo; estética; televisão; audiência.

Abstract

We are interested here in the antithetical function of the grotesque against classical representation, which has given rise to the forms of dislocation and dispersion effects being related to the carnivalesque or burlesque narrative, not only in literature, but also in the cinema, television, and sometimes, in one's own lived experience. This is possible because, from the seventeenth century on, the “grotesque” noun was gradually transformed into an adjective which found place in the semantic field of ridiculous, caricatural or parodic. Today, the grotesque is the aesthetic strategy for attracting peripheral publics on third-world countries television. With this resource, there were built national television networks even now powerful in terms of audience.

Keywords: communication; parody; ridiculous; aesthetics; TV; audience.

Resumen

Nos interesa aquí la función antitética de lo grotesco frente a la representación clásica, la cual ha dado margen a que los efectos de desarticulación y dispersión de las formas puedan estar relacionados a la narrativa carnavalesca o burlesca, no solo en la literatura, sino también en el cine, la televisión, y ciertas veces, en la propia experiencia vivida. Esto es posible porque, a partir del siglo XVII, el sustantivo “grotesco” fue progresivamente transformándose en un adjetivo que encontró lugar en el campo semántico del ridículo, de lo caricatural o de lo paródico. Hoy, lo grotesco es la estrategia estética para la captación de públicos periféricos en la televisión tercer-mundista. Gracias a este recurso, se construyeron las redes nacionales de televisión hasta hoy poderosas en términos de audiencia.

Palabras clave: comunicación; parodia; ridículo; estética; televisión; audiencia.

1. O grotesco

Em 2007, a revista *Newsweek* publicou o comentário de um executivo da Paramount Pictures a propósito do file “Jackass-2.5”, que é um filme composto de cenas excluídas de “Jackass-2”. O comentário: “Há mais vômito, nudez e defecação –o tipo de coisa que os consumidores realmente querem”. A frase deixa supor a “naturalidade” de um rebaixamento do gosto junto às massas consumidoras de entretenimento. Mas dessa suposição discordaria certamente uma possível historiografia do consumo dos produtos midiáticos *lato-sensu* ou “populares” (tanto em tempo passado quanto no presente), em que não compararia o rebaixamento estético ou cultural característico das produções da Era da Imagem.

O jornal, por exemplo, já foi alvo de uma demanda popular de educação, registrada em vários países europeus desde as primeiras décadas do século dezenove, mas intensificada no final do século, como resultado tanto de leis de aprendizagem obrigatória e gratuita quanto das doutrinas liberais pós-Revolução Francesa, segundo as quais a leitura e a educação seriam por si mesmas capazes de regenerar a sociedade, além de promover o progresso e a igualdade. Tais diretrizes – popularizadas por intelectuais como Saint-Simon, correntes entre anarquistas, socialistas, sindicalistas, etc. e cedo universalizadas como objetivos –foram desde o começo absorvidas pelos jornais, em especial nas iniciativas de baixo custo (a *petite presse*, a *penny press*).

Essas publicações, como descreve Álvarez,

...nasceram para educar e para demonstrar como era possível aprender a ler e como o saber ler ajudava as pessoas. Ajudava e podia divertir. Para atrair leitores para esses jornais pequenos e baratos, reuniram as velhas tradições novelescas das vidas de santos e dos contadores de histórias (bufarinheiros e recitadores). Com o estilo com que criadores anônimos puseram de pé impressionantes ou terríveis histórias de santificação e martírios, com a habilidade imaginativa com que feirantes contavam histórias impressionantes, tornaram-se habituais as novelas seriadas num formato chamado folhetim (diariamente, na última página, a quarta, dos diários populares, publicava-se um capítulo de uma novela seriada que, ao cabo de vários meses ou anos, dava lugar a uma novela autóctone, editada também em edição popular, barata e simples). (Álvarez, 2006, p. 114)

Havia assim, também “intelectuais” –isto é, militantes políticos ou missionários da causa *saint-simoniana* do progresso pela cultura– os ficcionistas populares como Sue, Balzac, Hugo, Zola, Dickens e outros. Se não fosse o jornal, Dickens (que às vezes produzia os seus próprios folhetos) provavelmente não teria se tornado escritor.

Mas existe o outro lado, intensificado pela mídia contemporânea. Na citada frase do executivo da “Newsweek”, podemos localizar indícios seguros da atração

que a atual indústria do espetáculo enxerga nas expectativas de um determinado público consumidor. Vamos chamá-la de “atração convulsiva”.

É que, em toda experiência que fazemos do real, somos sempre espreitados pela possibilidade da convulsão. Quer dizer, por um potencial de caos, de assimetria, de estranheza. “Real” não é o mesmo que “realidade”. Realidade é o nome que damos às representações que construímos a partir da “coisa em si mesma”, o real. Mas esse si mesmo que tentamos apreender pela ciência, pelo mito, pela arte, pelo senso comum ou qualquer outra mediação simbólica revela-se inesgotável.

Cultura é o nome que temos dado, numa acepção ampla, às experiências de abordagem do real pelas múltiplas mediações simbólicas de que dispomos. Numa acepção mais restrita, cultura é a produção e o consumo do sentido inerente a esse relacionamento com o real. Não é, assim, um conjunto fechado de representações, atitudes e saberes que preexistam à pluralidade da experiência, e sim a diversidade das práticas sociais de sentido que, identificando e diferenciando, mostra-se na variedade dos repertórios discursivos.

É sabido que as instituições hegemônicas costumam privilegiar os repertórios de uma totalidade a que se dá o nome de “cultura ocidental”. Reconhecem-se aí prioritariamente as representações afinadas com a harmonia, a simetria ou a regularidade das formas. Isto vale tanto para comportamentos quanto para as grandes produções do espírito, traduzidas nas obras da Antiguidade clássica e da modernidade. No entanto, em meio a tudo isso, no próprio espaço das mediações representativas, sempre estiveram presentes os traços da convulsão inscrita no inapreensível, no mistério do real de que vive toda cultura. Na experiência religiosa, são os traços convulsivos do sagrado. Nos comportamentos e nas artes, são particularmente interessantes os traços que se convencionaram chamar de “grotescos”.

A experiência do grotesco antecede, assim, o próprio nome, sob as formas do inverossímil ou da transgressão às leis da natureza e da proporção. No século quinze a.C., o poeta latino Horácio rejeitava aristotelicamente o inverossímil: “Vocês poderiam conter o riso, amigos, se vissem um pintor juntar a uma cabeça humana um pescoço de cavalo e aplicar plumas de várias cores a membros recolhidos em qualquer lugar, ou se a cabeça de uma linda mulher acabasse obscenamente num peixe negro e feio?” (*Arte Poética*).

A mesma repulsa à heterogeneidade e à desproporção era manifestada no século primeiro d.C. pelo arquiteto e urbanista romano Vitruvius. Em seu celebrado tratado estético *De Architectura* (27 a.C.), ele investia acerbamente contra o que classificava de “monstros em lugar de representações naturais e verdadeiras”, sustentando que só a depravação do gosto poderia dar preferência a “hastes terminadas por flores, de onde saem meias-figuras, umas com rostos de homens, outras com cabeças de animais. Ora, são coisas que não existem, não podem existir e não existirão jamais”. São estas formas que recobrem os porões ou grutas (*grotte*) da *Domus Aurea*, o palácio de Nero em Roma, em frente

ao Coliseu. Daí viria a designação “grotesco”, apresentada em um texto de 1502, em que o cardeal Piccolomini encomenda a decoração do teto da Biblioteca de Siena com “essas formas fantásticas, essas cores e essas composições que hoje se chamam grotescas”.

Conhece-se muito bem a história dos períodos de apogeu e de condenação estética dessas figuras do imaginário na pintura italiana e também se sabe da sua ubiqüidade ainda hoje em igrejas e museus. O grotesco pode ser encontrado desde a nave da pequena igreja de Santa Maria Formosa, em Veneza, até as *Stanze* do Papa Júlio II, no Museu do Vaticano, assim como na Sala de Heliodoro, em meio a pinturas de Rafael, em quadros assinados por artistas expressivos como Luca Signorelli, Bramantino, Cesare de Sesto e outros. No próprio afresco do Juízo Final, de Michelangelo, o grotesco comparece na barca de Caronte, que arroja ao inferno as almas dos condenados. Ali, Minos, o juiz do Inferno, tem orelhas de burro.

Interessa-nos aqui, entretanto, a função antitética do grotesco frente à representação clássica, que tem dado margem a que os efeitos de desarticulação e dispersão das formas possam ser relacionados à narrativa carnavalesca ou burlesca, não apenas na literatura, mas também no cinema, na televisão e, às vezes, na própria experiência vivida. Isto é possível porque, a partir do século XVII, o substantivo “grotesco” foi progressivamente transformando-se num qualificativo que encontrou lugar no campo semântico do ridículo, do caricatural ou do paródico.

Essas extrapolações não costumam agradar hoje aos especialistas em história da arte, dentre os quais vale citar Philippe Morel, para quem autores como Wolfgang Kayser e Mikhail Bakhtin –construtores de acepções ampliadas em torno do conceito de grotesco– nos ensinariam muito pouco sobre esse fenômeno, exatamente por passarem muito arbitrariamente do substantivo ao adjetivo. Diz ele:

Wolfgang Kayser faz do grotesco a quintessência do absurdo, do pesadelo e do diabólico, a manifestação de uma angústia existencial que acharia uma de suas melhores expressões na pintura de Peter Brueghel, o Velho; o autor chega esta definição romântica do grotesco: “an attempt to invoke and subdue the demonic aspects of the world”. Em seu célebre estudo sobre Rabelais, Mihail Bakhtin desenvolve a noção de realismo grotesco como princípio de degradação e de nivelamento por baixo. (Morel, 2001, p. 89)

Ainda que tal função qualificativa possa manter apenas um mero parentesco lingüístico com o “substantivo” afixado em museus e igrejas, não vemos como dissociar o imaginário assinalado pela justaposição incoerente das formas pictóricas do imaginário presente na dimensão escatológica e no cru realismo do grotesco desenvolvido em obras literárias e narrativas de todo gênero. Foi esta, aliás, a plataforma programática colocada por Victor Hugo no prefácio

do *Cromwell*, onde apresenta o grotesco como o cômico, o feio, o monstruoso, a palhaçada, mas, sobretudo um modo novo e geral de conceber o fato estético. Na visão de Hugo, o grotesco pode irromper em qualquer lugar onde aconteça a produção simbólica.

Hugo parte dessa antítese que os italianos chamam de *disgusto*, algo que já se fazia presente no espírito de seu tempo, não para ser traduzida como experiência negativa de desgosto ou desprazer e, sim, precisamente, como o prazer ativo com a abjeção ou tudo aquilo que cause aversão ao julgamento estético proferido pela “bela alma”, ao sensato cânone clássico do gosto, proclamado por Kant (e, de modo geral, pela chamada primeira estética alemã) como universal.

O *disgusto* dos românticos é uma reação às doutrinas moralistas da estética, geralmente de base teológica, afins com hegemonia política da burguesia. Ele implica, primeiramente, tudo isso que os letrados chamariam de *sermo humilis* ou mesmo de grotesco, mas que também poderia ser designado “de mau gosto”. Ao gosto sublime da exterioridade corporal, sucede-se o *disgusto* fisiológico do “homem subcutâneo” ou “homem fisiológico”, experimentado por poetas e artistas, estes que Nietzsche chamava de “espíritos impacientes”. São precisamente as afecções corporais, e não afetos espirituais, o que Nietzsche mais valoriza, ao dar estatuto pleno ao mau gosto.

A estética nietzscheana do *disgusto* funda-se numa sensibilidade radical que ultrapassa o campo normativo e cognitivo da obra de arte reconhecida, para chegar a uma esfera da ação prática, na qual predomina a comunicabilidade generalizada dos afetos, assim como os conflitos, as desarmonias, os mascaramentos. O desafio para o sujeito dessa estética é, vomitando frente ao gosto conciliador e enfraquecido das “belas almas” idealistas, estar à altura do forte “animal” da boa consciência. E este último, humano, pode ser alegoricamente associado ao animal propriamente dito.

A tese do grotesco como expressão da tensão diferencial entre o animal e o humano é a que sustentamos num pequeno trabalho (Sodré & Paiva, 2002), onde chamamos a atenção para a existência de algo muito profundo nas simbolizações que vinculam humanidade e animalidade, porque se está deste modo sinalizando para a dificuldade de lidar com o parentesco corporal entre homem e bicho, que Heidegger considera “de natureza insondável, apenas imaginável”, ao salientar que “de todo ente que existe, o ser vivo é provavelmente para nós o mais difícil de pensar, pois se ele é de certa maneira nosso parente mais próximo, está ao mesmo tempo separado por um abismo de nossa essência ek-sistente” (Heidegger, 1967, p. 20).

Da dificuldade e do abismo provêm a estranheza das semelhanças, transfigurada nos mitos, nas artes, na literatura. A referência freqüente do grotesco às partes baixas do corpo é uma derivação do tema da animalidade. Com efeito, o que se põe em jogo para o animal é a sua relação com o meio circundante em termos de comida, reprodução ou pura conservação de si. O imaginário grotesco, por sua vez, subverte as figurações clássicas do corpo, passando a valorizar as

vinculações corporais com o universo material, assim como seus orifícios, protuberâncias e partes baixas. Alimentação, dejeção, cópula, gravidez e parturição são constantes na *imagerie* carnalizante do grotesco.

É notável como Bakhtin se detém longamente nas descrições feitas por Rabelais de pessoas com narizes enormes, orelhas desproporcionais, outras com testículos deformados e pênis tão grandes que alguns podiam ser enrolados como um cinto seis vezes ao redor do corpo (Bakhtin, 1987). Diferentemente do corpo definitivo e acabado, nos termos do cânone clássico, o corpo grotesco presta-se à metamorfose e à mistura, ensejando uma “bicorporalidade” em que os elementos se alteram e se encadeiam, de modo confuso e desordenado, sugerindo um conflito entre cultura e corporeidade.

2. Uma outra consciência

Acolhendo-se as sugestões de Bakhtin no sentido de aplicar a categoria estética do grotesco a uma fenomenologia do vivido ou da vida cotidiana, é possível encará-lo como outro estado de consciência, outra experiência de lucidez, que penetra a realidade das coisas, exibindo a sua convulsão, arrancando-lhes os véus do encobrimento. O grotesco arrisca tornar-se, então, uma radiografia inquietante, surpreendente, às vezes risonha, do real. Daí, a sua freqüente desconstrução carnavalesca das obras criadas pelo idealismo cultural, tanto pelo apelo ao que é libidinalmente baixo quanto pela exposição do mal-estar do corpo no interior da linguagem.

E assim aparecem formas expressivas relativas à escatologia, à teratologia, aos excessos corporais, às atitudes ridículas e, por derivação, a toda manifestação da paródia em que se produza uma tensão risível, por efeito de um rebaixamento de valores (o *bathos* retórico) na identificação de uma forma da cultura.

No âmbito desta conjuntura teórica, a consciência reflexiva pode fazer do grotesco uma categoria crítica. Um bom exemplo é Baudrillard concebendo a modernidade como uma “carnavalização” que atravessa as fases da evangelização, da colonização, da descolonização e da globalização, produzindo uma hegemonia de alcance mundial, mas cujos modelos –técnicos, militares, culturais e ideológicos– se fazem acompanhar de uma reversão extraordinária, por meio da qual essa potência é lentamente minada ou canibalizada por aqueles mesmos que ela carnaliza (Cf. Baudrillard, 2004). Diz:

É essa dupla forma carnavalesca e canibalesca que se vê repercutida por toda parte em escala mundial, com a exportação de nossos valores morais (direitos do homem, democracia), de nossos princípios de racionalidade econômica, de crescimento, de performance e de espetáculo. (2004, p. 275)

Para ele, a globalização seria apenas o teatro da decomposição da moderna cultura ocidental, entregue à extrapolação violenta de si mesma sobre o resto do mundo, mas vulnerável ao paradoxo de seus valores universais, que carregariam ao mesmo tempo a sua afirmação e a sua denegação. O mesmo argumento para toda estrutura de poder e para o funcionamento da política: nos fenômenos de Bush e Schwarznegger, Baudrillard enxerga uma caricatura da democracia, uma espécie de paródia grotesca do exercício racional do poder. Sustenta:

Se fizermos a hipótese de que o poder só se apoia nessa simulação grotesca e que ele é de algum modo um desafio à sociedade, e não absolutamente a sua representação, então Bush é o equivalente de Schwarznegger. Melhor: ambos preenchem perfeitamente o seu papel e são the right man in the right place. (Baudrillard, 2004, p. 277)

Percebe-se claramente a influência bakhtiniana neste tipo de argumentação. Está aí implícito que a animalidade ou a estupidez faz parte dos atributos do poder:

É uma espécie de espírito travesso que leva as pessoas a eleger alguém mais estúpido do que elas próprias, por precaução, frente a uma responsabilidade da qual se desconfia sempre que ela é dada de cima para baixo, e pelo secreto júbilo de assistir ao espetáculo da besteira e da corrupção dos homens no poder. (Baudrillard, 2004)

Que dessa carnavalização das imagens se siga uma autocanibalização das imagens é uma perspectiva ainda crítica, intelectualizada, evidentemente. Existe de fato um grotesco crítico, que dá margem a um discernimento formativo do objeto visado, propiciando o desvelamento público e reeducativo do que nele se tenta ocultar. É assim um recurso estético-reflexivo para desmascarar convenções e ideais, ora rebaixando as identidades poderosas e pretensiosas, ora expondo de modo risível e tragicômico os mecanismos do poder abusivo.

Ao mesmo tempo, entretanto, na periferia do Primeiro Mundo, um grotesco em nada crítico alimenta o espetáculo televisivo, capitalizando a maioria da audiência tanto em circuito aberto quanto em circuito restrito (tevê a cabo). Isso é alimentado pelo imaginário, isto é, pela dimensão primordial dos fantasmas ou fantasias ou “imaginação material”: as imagens já dadas em sua articulação com a organização simbólica. À imaginação material, Bachelard dedicou algumas de suas luminosas análises, mas fazendo a ressalva de que, numa obra poética, a primeira sedução do leitor é a da beleza formal, em que detém o primado o sentimento da alegria pelo contato com a variedade das formas:

Em razão dessa necessidade de seduzir, a imaginação trabalha geralmente na direção da alegria – ou pelo menos na direção de uma alegria –, no sentido das formas e das cores, no sentido das variedades e das metamorfoses, no sentido de um futuro da superfície. (Baudrillard, 2004, p. 2-3)

A captação do imaginário material pela televisão aconteceu precisamente na gênese do novo estatuto cognitivo da imagem, advindo de sua captura pelo espetáculo audiovisual, onde predominam os ícones e os índices indutores de identificação e projeção, principais formas de participação imaginária do público. O que antes pensadores e poetas chamavam de “imaginário”, afinado com a beleza formal, tornava-se então a matéria corrente de um fluxo informacional capaz de produzir formas sonoras, visuais, táteis, sem que o resultado possa ser concebido como um *outro termo* ou uma *outra margem*, separada do real. Protegido pelo mercado, afastado da pura contemplação do objeto como se dava na dimensão representativa tradicional, o imaginário ganhou vida tecnológica, confundindo-se com as representações humanas da vida real.

No Brasil, a televisão massiva conquistou o seu público popular, explorando uma representação imaginária e rebaixada do povo nacional. De fato, a tevê caracteriza-se desde o início por um imaginário de “praça pública”, exatamente no sentido trabalhado por Bakhtin, isto é, a praça como “feira livre” das expressões diversificadas da cultura popular (melodramas, festas de largo, danças, circo, etc.) ou como lugar de manifestação do espírito dos bairros de uma cidade, com suas pequenas alegrias e violências, grosserias, ditos sarcásticos, onde a exibição dos altos ícones da cultura nacional confronta-se com o que diz respeito ao vulgar ou “baixo”: os costumes e gostos, às vezes exasperados, do populacho. A isso denominamos “estética do grotesco”.

Mas é preciso frisar que nada disso é exclusivo da televisão terceiro-mundista, especialmente a brasileira. Na modernidade tardia que experimentamos, expande-se um imaginário teratológico e escatológico, provavelmente como consequência das mutações identitárias e da instabilidade das representações, constantes fontes de ameaças para o humanismo tradicional. As sombras da banalidade e da bestialização acompanham igualmente esse imaginário, que o crítico italiano Omar Calabrese (1999) chama de “neobarroco”, mas que se encaixa em seus formatos de entretenimento público para a estética do grotesco chocante.

No caso específico da tevê em circuito aberto, monstruosa é quase sempre a representação do povo, contrastado com a elite consumidora. Os feios, os disformes, os miseráveis, os discriminados – seres tendencialmente colocados na lata de lixo do esteticamente correto – são exibidos como conformações “dissipativas” da imagem humana. Neles, a periferia pode reconhecer-se, deles, a elite pode distinguir-se: a televisão é o lugar da síntese.

Não falta quem possa ver nesse tipo de programação televisiva a realização de uma espécie de projeto de cultura nacional-popular, que não teria sido conseguida pelo cinema ou qualquer tipo de espetáculo. Mas é preciso não perder de vista que, tudo isso compõe um quadro hegemônico, em que as instituições lúdicas da cultura popular são expropriadas de sua fermentação alternativa ou de seu comunitarismo diverso em favor de uma integração indiferenciada no mercado oficial dos espetáculos urbanos, onde pontifica a mídia, impondo a

imagem pública, forma acabada da mercadoria, como modo dominante de relacionamento entre os indivíduos e o mundo.

O grotesco é a estratégia estética para a captação de públicos periféricos na televisão terceiro-mundista. Graças a este recurso, constituíram-se redes nacionais de televisão até hoje poderosas em termos de audiência.

Referências bibliográficas

- Álvares, J. T. (2006). *Gestão do poder diluído*. Lisboa: Edições Colibri/Instituto Politécnico de Lisboa.
- Bakhtin, M. (1987). *A Cultura popular na Idade Média e no Renascimento. O contexto de François Rabelais*. São Paulo: Hucitec Editora/UNB, 1987.
- Baudrillard, J. (2004). *Carnaval et cannibale ou le jeu de l'antagonisme mondial*. Paris: Cahiers de L'Herne.
- Calabrese, O. (1999) *La era neobarroca*. Madrid: Cátedra.
- Heidegger, M. (1967). *Carta sobre o Humanismo*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Morel, P. (2001). *Les Grotesques. Les figures de l'imaginaire dans la peinture italienne de la fin de la Renaissance*. Paris: Flammarion.
- Sodré, M. & Paiva, R. (2002). *O Império do Grotesco*. Rio de Janeiro: Mauad.