

OS INGREDIENTES DA COMUNICAÇÃO

JOSÉ ALCIDES PINTO

O presente trabalho consiste na análise de dois excelentes livros de Comunicação — História da Comunicação, de Maurice Fabre, e Jornalismo — Informação — Comunicação, do prof. Juarez Bahia, bem assim de um estudo (inédito) sobre a Comunicação Erótica. Maurice Fabre e Juarez Bahia são dois autores de pátrias e costumes diferentes. Mas a cultura e as potencialidades humanas desconhecem fronteiras, e os destinos da humanidade, como as metas da comunicação, são um só. Portanto, suas idéias, seus pontos de vista sobre os ingredientes da comunicação são perfeitamente conciliáveis. Maurice Fabre apresenta, com sensibilidade e conhecimento, uma síntese histórica da comunicação, desde as épocas mais remotas até os tempos atuais, mostrando os vários estágios de evolução por que passaram grupos e civilizações em todo o mundo, enquanto Juarez Bahia encaminha-se no rumo das modernas técnicas da comunicação. O trabalho "A Comunicação Erótica" tem o objetivo de documentar o espírito de uma época, a que hoje atravessamos. Sem um enfoque deste assunto acreditamos que qualquer trabalho na área da informação estaria incompleto. A comunicação erótica desempenha no mundo de hoje, ou seja, o da civilização da imagem, papel de primordial importância.

COMUNICAÇÃO VERSUS CIÊNCIA

Donde vimos? Quem somos? Para onde vamos?

Paul Gauuin

Quando foi que o homem sentiu pela primeira vez a necessidade de comunicar-se? E ao fazer isso utilizou-se dos símbolos gravados nas pedras e nas árvores ou dos sons de sua própria voz?

São essas questões e muitas outras que estuda Maurice Fabre na sua fascinante *História da Comunicação*.

A obra, que se inicia com um capítulo ("Para sair do limbo") dedicado aos grandes investigadores do aparecimento das palavras, tais como Demócrito e Lock, Condillac e Adam Smith — todos vendo na linguagem uma invenção artificial —, cresce de interesse desde aí. No século XIX já são inúmeros os investigadores, cada qual movido por sua própria teoria, mas sem um grande fundamento científico. Assim tivemos o sistema *bow-bow*, isto é, de origem imitativa, que supõe, nas primeiras palavras, um valor mimético: o *pooh-pooh*, decidindo que a linguagem, de origem emotiva, provém de exclamações em correspondência com as sensações e os sentimentos. Uma terceira teoria é a do *ding-dong*, em que Max Müller, professor de sânscrito da Universidade de Oxford, propõe que a cada impressão recebida do exterior o *homo loquens* faz corresponder uma expressão determinada.

No capítulo segundo ("Uma família numerosa: as escritas") o autor estuda com grande precisão e clareza a origem da escrita, analisando documentos da escrita cuneiforme dos babilônios, gravada, provavelmente, 600 a. C. Estuda, igualmente, os hieroglifos egípcios, cunhados em madeira, da III Dinastia, e os primeiros hieroglifos desse mesmo povo que, segundo alguns autores, datam do III milênio a. C. e que permaneciam em completo segredo para o mundo, até que o sábio francês Champollion (1799) pôs-se a decifrá-los.

Os capítulos iniciais (um e dois) são enriquecidos com expressivas ilustrações. Temos dessa forma reprodução de pinturas representando arqueiro em combate, descobertas no Tassili-n-Ajjer, no Saara, pela expedição de Henri Lhote, em 1956; trabalho de indígenas australianos comunicando-se por meio de figuras-símbolos; símbolos astecas, tirados do Codex Bórgia. A escrita dos Astecas e dos Maias da América Central, segundo o autor, está bem próxima da ideografia primitiva, constituída de personagens, pirâmides, armas, serpentes e outros objetos que eram de sua utilização mais freqüente.

Muito ilustrativas, também, as reproduções da escrita cuneiforme da Babilônia em tablete de argila com inscrições do século VI a. C. Com destaque o autor insere em duas páginas do livro reprodução de

detalhes da estela de Hamurábi (1 800 a. C.), além dos hieróglifos egípcios gravados sobre madeira.

Ao iniciar o estudo da época em que aparece o papiro, substituindo a madeira e a argila, lembra o autor que o alfabeto foi introduzido na Grécia pelos marinheiros fenícios do século IX ou X a. C. e de tal forma aperfeiçoado que através dos séculos não pode mais sofrer modificações. E todos os alfabetos europeus, por exemplo, derivam do grego.

Passando da argila à madeira, e desta ao papiro, o homem avança para a descoberta do papel. Maurice Fabre faz então um estudo acurado da constituição dos primeiros livros e lembra que a invenção do pergaminho deve-se aos egípcios, os mesmos que já haviam descoberto o papiro (capítulo terceiro — “Livro, papel, impressores e companhia”). Com o papel, aparecem os tipos, as prensas e os grandes impressores. E entre os grandes livros então impressos a Bíblia de Gutenberg (1452). As ilustrações que o autor escolheu para este capítulo são de grande importância e beleza plástica. Elas representam marcas de impressores dos séculos XV e XVI. Entre os principais estão: Theodoro de Borne, Jacob Dupuy e Robert Estienne, considerado o pai da lexicografia francesa.

Mas, o processo de comunicação exigia meios mais rápidos entre os homens de uma mesma cidade, depois de cidades diferentes, de países distantes. Surgiu o jornal (capítulo 4 — “O Jornal e o tempo”). O autor nos conduz nesta parte de sua admirável obra a um longo retrocesso no tempo e no espaço. Lá estamos na época em que aquele soldado de Maratona corre desde os campos de batalha até Atenas, para poder anunciar a vitória sobre os persas. Dá a grande notícia mas depois morre de estafa. Para evitar acontecimentos desagradáveis como esse, surgiram os domesticadores de pombos, que, através dos tempos, consagraram-se como “correios”. Os chineses colocaram-se muito na frente dos outros povos, quando fizeram circular na corte imperial uma pequena gazeta — *Tsing-Pao* — *Última Hora da Capital* — mas que só tem uma vaga relação com os jornais que depois surgiram. O autor, no entanto, aponta como provável antepassado do jornal as *Acta Diurna* romanas, espécie de jornal oficial, criado por César, para relatar trabalhos do Senado.

Na Europa os jornais começam a aparecer em 1609, as primeiras gazetas semanais. A esta segue-se a *Frankfurter Oberpostzeitung* (1612) e o *Lunenburgische Anzeiger* (1614). O *Zeitung Post* (1620), de Zurique, é o primeiro periódico suíço, enquanto que na Inglaterra a imprensa se iniciaria com *A Current of General News* (1622). Todavia, o mais importante jornal europeu surgiria na França — *La Gazette* — editado por Théophraste Renaudot.

Para informar aos seus leitores, cada vez mais numerosos, os jornais necessitavam de meios de aquisição de maior número de notícias e da maneira mais rápida possível. Esse problema vem ser solucionado em parte (capítulo 5 — “Tele”) com a invenção de Claude Chappe, da telegrafia ótica, que bons serviços prestou durante a Revolução Francesa. Em 1794 chegou-se a instalar uma cadeia de estações óticas no alto das colinas, ligando Paris a Lille. Mas isso era só o começo, pois, como mostra Maurice Fabre, logo Samuel Morse daria à humanidade o telégrafo elétrico (1837) e Alexandre Graham Bell (1876) o telefone. Outras invenções importantes viriam impulsionar ainda mais a imprensa, tais como a telegrafia sem fios (Marconi).

Thomas Alva Edison, famoso pela criação da lâmpada elétrica e de mais de mil outros inventos, entre os quais o fonógrafo, possibilita novas ampliações no campo das comunicações, que já contavam com a fotografia e ensalava os primeiros passos no setor cinematográfico. O francês Georges Méliès foi um dos grandes pioneiros do cinema. Nas suas experiências criou muitas técnicas e o livro de Fabre traz duas fotografias de um dos melhores filmes de Méliès, intitulado “La Méchante Fée”. Rodado em 1906, revela essa película o gênio inventivo de Méliès. A foto nos apresenta animais e seres fabulosos que nos levam ao simbolismo e, mais remotamente, à arte de Jeheronimus Bosch. No final desse capítulo temos inúmeras gravuras mostrando como o cinema evoluiu, desde a “lanterna mágica” do século XVII até o phénakistiscope, “outro antecedente do passado do cinema, que dá ilusão de movimento pela persistência das sensações óticas”.

Os irmãos Lumière tornam o cinema uma realidade e Méliès é o primeiro a se esforçar em tornar a jovem arte em espetáculo. Em 1895, funda uma empresa de produção, a primeira de todas, a Star-Film, e constrói um estúdio em Montreuil-sous-Bois. Entre 1895 e 1914, como diz Fabre no capítulo 6 da sua *História da Comunicação*, Méliès filma mais de quatro mil películas, e até a década de 40 o cinema se impõe como um dos grandes veículos de transmissão de idéias e imagens, até que durante a II Guerra Mundial enfrenta o seu maior concorrente: a televisão. Um dos grandes pioneiros deste último invento é Joen Baird, que a partir de 1923 começa a tentar a transmissão das primeiras silhuetas. Seis anos mais tarde a BBC oferece-lhe os seus estúdios. E em 1927 os laboratórios Bell conseguem os primeiros êxitos no mesmo invento. Mas é na França que Barthélemy instala, em 1928, um estúdio embrião. Em 1931 realiza uma emissão pública.

A radiodifusão até então o mais eficiente meio de divulgação, ao lado do jornal, começa a ceder terreno para a TV que, além da notí-

ela, mostra a imagem. É o jornal com o texto e as fotos sem ser necessário o papel. É o conjunto de vários eventos, tais como o cinema, o teatro, o rádio e o jornal.

Terminada a II Guerra, a televisão alcança uma prodigiosa expansão e em 1962 já os Estados Unidos possuem 59 milhões de receptores. O rádio corre o risco, segundo alguns, de desaparecer. Mas dois físicos norte-americanos nos provam que há no mundo lugar para todos os eventos e que cada um pode ser eficiente, dependendo da sua comodidade e economia. Assim criam o transistor. Dez anos mais tarde, em 1958, outros dois inventores da mesma nacionalidade — Townes e Schawlow — propõem o “laser” (light amplification by stimulated emission of radiation), que permite apesar do seu minúsculo tamanho agrupar numa única onda, de menos de um milésimo de milímetro, a radiação dos átomos. Em outras palavras, isto significa que num futuro próximo, todos os programas de 160 cadeias de televisão poderão ser transmitidas por um único raio “laser”. Mas não foi só o rádio que assumiu formas novas. Também o telefone se atualiza e a criação de cérebros eletrônicos veio permitir um mais perfeito atendimento aos grandes centros de pesquisa e as próprias universidades dos grandes países. Para ilustrar este fato, mostra Maurice Fabre numa das últimas páginas de seu admirável livro que bastam apenas três minutos para que uma IBM transmita tudo que está escrito nos 26 volumes da Enciclopédia Britânica. A automação é outro ponto de partida na escala das comunicações e de tamanha importância que ainda hoje não se pode prever suas conseqüências. (*História da Comunicação*, Maurice Fabre. Livraria Morais Editora [s.d.] 104 p.).

* * *

De uns anos para cá, os processos de comunicação têm se revestido de maior complexidade pelas implicações criadas no campo da moral, do social, da política e da economia. E o fenômeno vem despertando uma grande quantidade de interessados que muito cuidadosamente se voltam para o seu estudo. E, apesar do esforço e da preocupação de muitos, as publicações a respeito não acompanham o avanço assustadoramente crescente dos meios de comunicação. Juarez Bahia, profissional de imprensa, está vivamente interessado no estudo e na pesquisa sobre comunicação, o que prova sobejamente o seu mais recente livro *Jornalismo — Informação — Comunicação*. O autor de *Jornal, História e Técnica*, já em 3.^a edição, lança à fome intelectual obra que, sem dúvida, terá uma grande aceitação tanto nos meios universitários, notadamente entre os dedicados aos estudos do jornalismo, quanto entre o público atraído pelo progresso e pela beleza da

comunicação. O livro do criador de "Três Fases da Imprensa Brasileira" agrada e prende a atenção do leitor (ainda o mais exigente) por dois aspectos: primeiramente, e sobretudo, pela densidade do conteúdo; verdade seja dita, trata-se de um livro muito rico em informações. Não é exagero afirmar-se constituir uma das obras mais informativas de autor brasileiro que se determinou escrever sobre o palpitante tema da comunicação. Para que se ajuíze da importância e oportunidade da publicação cito alguns de seus capítulos (XIV ao todo): "Definição e Conceito de Informação"; "As Ciências da Informação"; "As Origens do Jornalismo"; "A Condição do Jornalismo"; "Literatura sob Pressão". Não é preciso ir além. Os capítulos apresentados já são bem um testemunho da seriedade da obra.

O outro aspecto que, com certeza, fará do livro uma espécie de breviário de leitura cotidiana e indispensável, é a linguagem. A linguagem de Juarez Bahia é admiravelmente leve e, sobretudo, adequada ao que se propõe transmitir. Cremos que nenhum autor escreveu de maneira tão comunicativa e tão fácil. Tem-se a impressão de que se está assistindo a uma aula, tão didática e tão compreensiva é a sua linguagem. As expressões lhe caem ao bico da pena com rara espontaneidade, com bastante leveza e com uma correção irreprochável.

Para que se avalie a seriedade, a correção e a simplicidade dos conceitos do Autor, poderíamos citar qualquer dos muitos parágrafos que compõem o livro: "Na era atual, como na primitiva, a informação tem um significado vital para o homem. A raiz de seu processo está na linguagem." Aos profissionais do jornalismo impõe-se a leitura de *Jornalismo, Informação, Comunicação* e, assim, terão sempre em mente que "a informação é a principal finalidade do jornalismo. Ela deve ser verdadeira e íntegra, descobrindo e comunicando, pela imprensa, pelo cinema, pelo rádio, pela televisão ou outros meios, os fatos que pela sua própria natureza convêm sejam públicos e não meramente particulares". Entre outras verdades a respeito de liberdade de imprensa, Juarez Bahia afirma: "Certas leis regem o jornalismo e se aplicam, invariavelmente, a todos os seus meios. O fato, a novidade, a surpresa, a atualidade, são as leis do jornalismo. A liberdade é a sua seiva. Não é possível o exercício da informação sem a liberdade, do mesmo modo como não é possível democracia sem livre manifestação do pensamento." E mais: "A liberdade é tão necessária para o jornalismo como para o homem." No capítulo "Comunicação, Informação", o autor afirma: "A comunicação é por onde respira uma comunidade. A sociedade não existiria sem a troca de idéias, de emoções, de informações, sem o discurso."

Gostaríamos de ter sido o primeiro a levar ao público a recomendação do prof. A. Soares Amora. Claro, assim fica melhor, pois se

trata de uma autoridade nacional e, portanto, de mais valor se reveste o conselho. Entretanto, pedimos licença ao mestre da Universidade de São Paulo para fazer nossas suas palavras: "Se me fosse pedida uma recomendação sobre esta obra, eu a faria sem hesitar e com entusiasmo, pois que ela é a melhor propedêutica ou introdução que já se escreveu, em Potuguês, aos problemas, às teorias e às práticas do jornalismo, da informação e da comunicação." (*Jornalismo — Informação — Comunicação*. Juarez Bahia, São Paulo, Martins, 1971, 134 p.).

A COMUNICAÇÃO ERÓTICA (*)

Não amaldiçoarei mais a terra por causa dos homens, porque os sentidos e os pensamentos do coração do homem são inclinados para o mal desde sua mocidade; não tornarei, pois, a ferir todos os seres vivos como fiz.

Gênesis (8-9)

Somente a fortaleza de espírito poderá lutar contra esses demônios e fábricas de sonho que são o cinema e a televisão, que fazem um apelo inelutável ao que de mais poderoso existe no mundo: o sangue e o sexo.

André Malraux

Você seria capaz de dizer quando o mundo começou a mudar? Não é muito difícil determinar essa mudança histórica. Os estudiosos do assunto apontam, como conseqüência, as invasões dos povos bárbaros, as descobertas marítimas, o Renascimento, a Reforma Religiosa, os séculos VII e VIII etc. No rumo do espírito, no sentido mais profundo da História da Humanidade, poderia se afirmar que os tempos começaram a mudar com o nascimento de Cristo, seus ensinamentos, suas profecias, sua pregação entre os apóstolos, seus discursos nos templos, sua peregrinação e finalmente sua morte dramática, cumprindo a cruel missão que o Pai Eterno lhe confiara, a de salvar a alma do homem, atitude bastante piedosa, a do Pai Eterno, sacrificando o próprio filho a troco de que? — de um pu-

(*) Trata-se do capítulo inicial do livro *A Comunicação Erótica*, que o professor ficcionista José Alcides Pinto está escrevendo.

nhado de loucos que o levaria ao calvário tantas vezes pisasse Ele na terra? Esses fatos pitorescos roubam toda a beleza heróica do maior Profeta que o mundo já conheceu. E o Pai Eterno torna-se uma figura patética na análise científica na marcha dos acontecimentos históricos. Deus existe, é claro. Se não existe, é necessário que assim se pense e aceite, ou como dissera Gorki: "Deus existe apenas para que a morte não seja tão terrível." Mas o fato de Cristo não obter êxito na missão que lhe fora confiada, tira todas as possibilidades verídicas do real, e as coisas voltam à fantasia e ao fabuloso das lendas. Se ele veio ao mundo para remir o pecado e não conseguiu, então Deus não é O-Todo-Poderoso. O melhor ainda é acreditar em Cristo como um sábio e um profeta, e deixar Deus comandando das alturas e dos abismos, sem procurar desvendar o mistério insondável que envolve o ser no mundo e torna o pensamento do homem um trapo imprestável, um troço mesquinho sem sentido de ser e sem serventia para nada. Mas a mudança que a presença de Cristo operou no pensamento do mundo é irrefutável. E suas conseqüências continuam ainda hoje e, ao que parece, só se acabarão quando não houver mais vivente algum sobre a terra.

Voltando aos fatos históricos, analisáveis em suas decorrências materiais, é com a invenção da imprensa, no século XV, preparando o terreno do surgimento dos meios de comunicação e do aparelhamento científico e tecnológico da grande imprensa, do rádio, do cinema, da televisão e das modernas técnicas de impressão — o espantoso e rápido aperfeiçoamento da fotografia e sua participação nas artes visuais e na programação cinética, que o mundo operou, nas sociedades, uma mudança radical de base. Noutro sentido, poderíamos dizer que o mundo desviou o curso de sua história, a partir de Marx, com seu pensamento fundamentado na *praxis*. Mas nosso campo de ação é bem outro e somos obrigados a abandonar esse universo fundamentado na visão econômico-marxista.

Erotismo e Comunicação

Em nossa época um nervoso processo de comunicação se especializa e se propaga no campo da indústria e da moderna tecnologia, da cultura e das artes em geral, passando pela medicina e a cosmonáutica. Os meios audiovisuais ganham destaque com a fotografia, as películas cinematográficas, o *kitsch*, o cartaz e toda uma ligação de cores e sons (passando pela fita magnética) que formam uma só linguagem, que vai do trânsito (a visual) à do alfabeto (a das escritas), no mesmo sentido do plural através da persuasão (absorção dos sentidos) a que a mente humana se mecaniza e se sensibiliza nesse condicionamento a que está subjugada.

A vida íntima do homem (ou a que nesse sentido se imagina) entrou para o circuito comercial e passou a ser objeto de consumo, de manipulação das técnicas dos meios de comunicação: novelas, fotonovelas, histórias em quadrinhos etc. Tudo isso que se vê (em tudo paralelo e real à própria vida) é dirigido pelos veículos de comunicação, programado, rotulado, imposto, subjugado. É assim a vida dos “olimpianos”, é essa a imagem exterior do mundo em que hoje vivemos — o da cibernética (controle da automação), da era eletrônica e da eletricidade. E essa decorrência — fruto de uma decadência — uma decadência de conflitos de graves conseqüências para a humanidade, ao tempo do nazismo, é revisada por pouco mais de uma dúzia de homens estudiosos e sensíveis como Sartre, Viener, McLuhan, Morin, Marcuse (via Freud), Adorno (via Marx), Wiesengrund, Dahrendorf Habermas, Kracauner, Axelos, Horkheimer, Benjamin e MacDonald, resultado de uma frente de cultura nova partida de três escolas culturais e artísticas das mais famosas, sem exemplo na História — a de Praga, de onde saiu Claude-Lévi-Strauss, a de Frankfurt de onde saíram Adorno e seu grupo e a de ULM (Centro de Artes Visuais) na Alemanha, que nos deu Max Bill, Max Beure e outros. Todos esses vultos (entre poucos outros) são responsáveis pela abertura de um mundo diferente, uma arte, uma “sociologia tecnológica” que veste e despe, a um só tempo, uma roupagem altamente ética e erótica, a imagem imprecisa do espírito e o sentido social da vida do homem.

Erotismo na Religião

A sociedade industrial, sociedade de massa = *mass-society*, os *mass-media* = classe—família; o ícone = imagens e mitos + sinal, símbolos e signos refletem nossa civilização. E tal é concernente à vida prática e à vida imaginária. E tudo gira em torno do capitalismo, do mercenarismo e do império do lucro. É o erotismo o suporte de tudo isso, senão seus próprios ingredientes, principalmente na cultura de massa e no mercado de consumo. O erotismo também faz parte dos postulados da indústria seriada: a quantidade e não a qualidade. Contra a estética interpõe a arte de mau gosto (*Kitsch*). Até nos detergentes e nos eletrodomésticos a visão erótica prevalece. Estamos, sem dúvida, diante de um novo convencionalismo. Os lugares-comuns encontram, em nossos dias, seu emprego certo. A adequação é total. O aristocracismo vulgar das marcas de publicidade, cada vez mais sedentas de *standing*.

Mais recuado no passado, poderíamos falar até sobre uma escrita erótica, se quiséssemos, como a escrita pictográfica, p. ex., dos povos da América Central, jogo de formas e de cores, ou a mnemônica,

dos povos peruvianos, Quipos e Wampums, com seus colares de conchas justapostas e cordões de fios de lã coloridos. A arte asteca e os famosos calendários maias, com os seus movimentos circulares do tempo, não são menos eróticos, assim como a cabala e o ocultismo, e até os sacrifícios astecas e romanos poderiam ser lembrados aqui. O sincretismo religioso igualmente não deixa de ser erótico, dos anjos da Capela Sixtina aos demônios (faunos surrealistas) de Odi-lon Redon e Salvador Dalí.

Desde as primeiras manifestações do homem primitivo ou *homo loquens*, para identificar consigo mesmo a razão de ser de sua existência no mundo através de seu rudimentar processo de comunicação artístico (arte rupestre) ou religioso (contemplativo), assim como os gestos, a dança, o canto, a palavra, em todos esses estágios vemos as manifestações eróticas se abrirem ante os olhos e o espírito do homem, de sorte que nada mais certo dizer-se que o erotismo deriva da própria natureza, e que pode ser visto tanto no céu como na terra. Faz parte dos três reinos: vegetal, mineral e animal, através das formas e estruturas dos objetos; cor, som, tamanho, densidade, calor, movimento etc. O erotismo é totalizante e forma uma simbiose com tudo o que percebemos através dos sentidos. Dessa maneira os elementos da natureza são eróticos, tanto falam à epiderme como aos sentidos: o vento e as águas, o canto dos pássaros e o murmúrio das fontes, a impetuosidade do mar e os perfumes dos campos, o brilho dos astros e o viajar das nuvens, assim como a luz do sol tudo nos penetra e oferece um prazer diabólico e sensual que tanto serve ao corpo como à alma. Portanto, está definida a tese de que o erotismo é também uma religião, não serve somente ao prazer da carne como também ao do espírito.

Certa vez, respondendo a uma enquete de jornal, declarei que a imagem de uma santa pode ser mais erótica do que a presença física de uma bela leviana. E isso causou mal estar à repórter, pois ela julgava que o erotismo fosse apenas desejo, luxúria, concupiscência, e nada tivesse a ver com as coisas do espírito. Evidentemente que a moça estava muito longe da verdade. E o pior é que muita gente, ainda hoje, quando as manifestações eróticas são tão divulgadas, comunga dessa grosseira concepção.

Historicamente, o erotismo não está somente representado na natureza e na natureza íntima das coisas, encontra-se, como já foi dito, no sincretismo religioso. Na própria História Sagrada este se manifesta como na lenda de Adão e Eva — símbolo do pecado e da maldição. Portanto, na própria Bíblia, encontramos razões sobejas para afirmar a existência do erotismo. Não só na religião católica como em qualquer ramo ou seita religiosa, nas correntes filosóficas e em todos os sistemas científicos o erotismo prevalece. As seitas

orientais são altamente eróticas. O *Kama-Sutra* é um livro fundamentalmente erótico, assim como a Ioga e outros cultos e práticas indianos.

Vários Aspectos do Erotismo

A capacidade de sedução erótica que a mulher de hoje possui é dada pelo artificialismo da maquilagem, completada pelo ardil próprio da feminilidade. E esse suporte é uma nova forma de divulgação da beleza no mercado de consumo. Vende-se a beleza como se vende o juízo. E isso é importante para a vida social. Uma moça de bom juízo, boa fama, no sentido e no conceito tradicional do termo, não se deixa "massificar". Mas então passará a ser uma peça de museu, em prejuízo próprio, um ser desajustado e melancólico. Ninguém, em verdade, poderia evitar a deflagração erótica que se processou, de uns tempos para cá, nas sociedades do mundo. Ela veio com o inconformismo da II Guerra Mundial, a grande imprensa, as modernas técnicas de impressão, o cinema novo, o teatro, os meios audiovisuais de comunicação, especialmente a televisão, as artes visuais, a Pop-Art, o *Kitsch*, as fotonovelas, a maquilagem, a indumentária etc. Até que em nosso país esta demorou a chegar. A França, possivelmente, desfrutou dessa primazia. Roma talvez tenha sido a precursora do assunto.

Apresentamos uma lista dos vários aspectos que tomou o erotismo no curso da História:

- O erotismo religioso ou pagão, nos cultos de Baco e Dionísio, passando pelos pagodes romanos;
- O erotismo místico (contemplativo) dos santos e videntes, como Santo Antão, São Francisco de Assis, Santo Inácio Santa Teresinha e outros ascetas, na maceração do corpo e jejuns, a fim de matar os desejos acesos na carne;
- O erotismo diabólico dos mágicos, adivinhões e feiticeiros de toda casta, na prática do mal;
- O erotismo artístico dos pintores da Idade Média e Renascentistas, principalmente Miguel Ângelo, Boticelli, Renoir etc.;
- O erotismo expressional na pintura, na dança, no canto, na música, no teatro etc.;
- O erotismo recreativo nas fotonovelas, revistas e fitas magnéticas proibidas, calendários etc.;
- O erotismo comercial na propaganda, cartazes, marcas de produtos de consumo, etiquetas etc.;
- O erotismo natural na estrutura dos frutos, cores, no perfume dos campos, nos gemidos das águas, no gorjear dos

- pássaros, no viajar das nuvens, no fulgor do ocaso, no luzeiro dos astros, no ardor do arco-íris etc.;
- O erotismo instintivo na voz dos felinos, no grasnar estérico dos patos, no olhar selvagem e escuro das fêmeas vadias etc.

De resto, os séculos XVII e XVIII nos deram o erotismo obsceno, numa geração de escritores quase todos calcados no sexo e no segredo de alcova das cortes etc. E tantas outras formas de erotismo podiam ser citados ainda. Mas o que se mostra já é o suficiente para que se faça um juízo objetivo e concreto do assunto.

Erotismo Popular

A ficção, o teatro, a poesia, a música e as artes plásticas são intencionalmente eróticas, assim como todos os produtos de consumo. Também o romanceiro popular está cheio dessa seiva fecundante. Busquemos um exemplo em um dos nossos poetas mais populares, Juvenal Galeno:

*Quem tiver sua filha, ouça:
Não mande apanhar café,
Se for menina vem moça,
Se for moça vem mulher.*

*Para que seu lindo rosto,
Para que seus seios nus...
Dêem formosura e gosto,
Do cajueiro, aos cajus.*

Ou ainda de outro grande poeta cearense, Francisco Rocha, totalmente desconhecido dos meios literários:

*Não te espantes, nem te aterres,
Vou te dizer o meu gosto:
Antes de morto me enterres
Nas covinhas de teu rosto.*

*Beijo dado com ternura
Na curvinha do pescoço
É como fruta madura
Bem madura, sem caroço.*

Da tradição popular colhemos esta passagem:

*O xote caipira
Só se dança devagar
Com uma morena bonita
Do sertão do Ceará.*

*Ai, dance direito
Não me pise na chinelá
Bota os olhos na morena
Senão tu fica sem ela.*

Tudo isso fala de um certo modo à comunicação erótica; tudo desperta o prazer estético dos sentidos e a plasticidade do desejo amoroso. E ainda no mesmo sentido os ingredientes eróticos são vistos igualmente nessa passagem de uma cantiga de embalar que colhi em São Francisco do Estreito, no Vale do Acaraú:

*Seu Mané-Pinga-Fogo
Seu cavalo quer dançar
Sua mulher tá parida
Seu menino quer mamar.*

Erotismo e Libertação

Um estudo comparativo da comunicação erótica, paralelo à evolução da história do homem, é tarefa quase impossível de se levar avante, mesmo como introdução à matéria. Seguir as pegadas da História em todos os sentidos e seu posterior aprimoramento não é coisa em que se deva, sequer, pensar. O mais que se pode fazer é dar as diretrizes, o roteiro para uma longa e paciente pesquisa, que poderá resultar apenas numa coleta de dados estéreis. Portanto, é prudente que antes de mais nada se aproveite a lição de Kierkegaard, o grande filósofo dinamarquês, quando afirma que “quanto mais se desenvolve eticamente, menos o homem se preocupa com a história”. E não menos oportuno seria citar Roger Garaudy — via Kierkegaard, para quem “a existência autêntica do homem é estranha à história”. Ambos comungam da necessidade ética do ser, o que não seria bem o caso do erotismo, que participa das duas naturezas: espírito e matéria, se é que se possa, em verdade, isolar uma parte de outra.

Mas a história do erotismo — a que os meios de comunicação nos mostra — é bem diferente da que observamos ao longo do curso da história do homem. O erotismo se especializou e difundiu-se através dos meios de comunicação, se transformando em “ingrediente”,

“produto”, “marca”. Nem poderia ser outro seu destino. Tanto Kierkegaard como Garaudy estão com a razão. O homem se afasta da história que ele próprio criou a ponto de não reconhecê-la. O mundo se emancipa no sentido da compreensão e da subsistência, e não no da história, que por sua vez não é lógica. E esse clima de liberdade, de independência da personalidade humana deve-se, efetivamente, à divulgação erótica, na propaganda dos produtos de consumo, na industrialização da indumentária e nos cosméticos que sustentam o milagre da beleza, na maquiagem.

Um novo mundo está nascendo e crescendo a nossos olhos, um mundo sofisticado e altamente ético. É um mundo paralelo em tudo ao da cosmonáutica e da cibernética. A juventude, agora, escolhe seu próprio caminho e a moda unisex destrói os tabus da antiga indumentária. As comunicações abrem novos horizontes à humanidade e o erotismo invade a publicidade como a Pop-Art, o *Kitsch*, que também é Pop, e tudo hoje é impacto, velocidade, dinâmica. As cores são quentes, do automóvel ao tecido de seda, ao estampado de algodão, cintos, sapatos, óculos, lentes de contato, a maquiagem e tudo aquilo de que se faz uso pois vivemos numa sociedade de massa, de consumo, e o prato do dia é feito de muitos ingredientes e para muitos paladares. A impressão que se tem é a de que o mundo vai se espatifar, como uma nave em perigo, e que nada a salvará do impacto inevitável. Porém, nada disso acontecerá. Dentro desse caos o mundo vai encontrar seu equilíbrio, e a harmonia e a paz vão ser novamente reconduzidas ao espírito conturbado do homem de hoje. A era da automação e da eletricidade, da cosmonáutica e da cibernética, dará o destino ideal da humanidade. Se o homem fez a máquina, ele poderá também destruí-la. O mundo, a vida no mundo, sempre foi assim: força contra força e, não obstante, a ciência e a técnica se desenvolveram assustadoramente, e a criatura humana, apelidada de o robô do século XX, não é mais aquela engenhoca desconjuntada e atravessada de cunhas por todos os lados da Idade Média. Hoje o homem vive e vive bem. Não está mais submetido aos designios do desconhecido e do sobrenatural. Os deuses estão mortos, a metafísica se esboroa e as ciências sociais apontam o rumo certo da humanidade. E é nesta linha de crescente conscientização que caminha a juventude de hoje.

Kitschização e Ciência

O Kitsch ou “pseudo-arte”, como os objetos-coisas, objetos-sígnos, complementam na propaganda as estruturas eróticas, porque se harmonizam em seu contexto, pelo impacto, pela visão de um mundo que liberta o emparedamento do homem em todos os sentidos. Não

vivemos mais uma sociedade patriarcal, embora os resíduos dessa ainda permaneçam em alguns agregados de pessoas, ou sociedades integradas. Mas a mecanização, a produção seriada, autokitschização está destruindo esses tabus, esses cacoetes numa fração de tempo por assim dizer instantânea. A história em quadrinho e o desenho animado, os heróis-mirins possuem um poder de persuasão que vai além da imagem na televisão. E é curioso notar como tudo é favorável às motivações eróticas. "Eles" absorvem a personalidade do grupo, projetam sua cultura e estabelecem um relacionamento com o meio social, físico e biológico. E nem seria possível a comunicação erótica sem o *kitsch*, nem este sem aquela. Ambos se fundem e formam uma só imagem. É como o rosto, exatamente, que é a um só tempo *kitsch* e erótico: os olhos, o nariz, a boca e as orelhas completam a imagem *kitsch-pop* do semblante. Vivemos uma época *kitsch*, uma cultura *kitsch*, um comportamento *kitsch*, uma civilização *kitsch*, pois não é outra a civilização da imagem. O *kitsch* é, por outro lado, a extensão da imagem, com a vantagem de ser um produto ou uma "pseudo-arte" que se integrou na cultura de massa com mais "personalidade" que os demais ingredientes da comunicação. Na comunicação erótica, por exemplo, ele não é o suporte, o "estilo", é sua marca primordial, assim como o logotipo é a marca do produto. O *kitsch* tomou conta da indumentária e em todos os produtos de consumo está presente.

Mas, voltando ao histórico do nosso trabalho, o erotismo é encontrado em todas as culturas e manifestações artísticas, desde os povos ancestrais à era da automação. E nem seria necessária a presença do homem na terra para que houvesse o erotismo. Este não é propriedade do homem, dos artefatos da indústria, nem da moderna tecnologia, das máquinas de fabricar sonhos e mitos de toda a natureza, como o cinema e a televisão, por ex.: o próprio universo é erótico, porque é energia e energia espiritualizada, segundo o pensamento de Teilhard de Chardin, jesuíta e biólogo: "Deus é uma espiritualidade cósmica em expansão. Ele forma um organismo animado e que movimenta, no qual nós todos nos encontramos unidos fisicamente e biologicamente."

E há algo mais espiritual do que o erotismo? Este homem extraordinário, professor de Física no Cairo e que tinha nos ossos e na alma os vestígios das tempestades do mundo, participante da guerra (1914-1918) e que dedicou grande parte de sua vida fazendo pesquisas na China, vivendo uma série de tensões conflitantes entre a ciência e a fé, o profano e o sagrado, o natural e o sobrenatural, o mundo e o criador, sustenta a tese de que arte, religião e ciência se conjugam no Universal e no Espiritual para a perfeição da vida interior. E foi nesse calvário que Teilhard de Chardin crucificou seu

corpo e sua alma. O universo do cientista e do homem de fé é também um universo que não exclui as extensões de Eros. Pelo contrário, quanto mais o penetra, mais descobre essa integração, esse relacionamento com o ser e suas potencialidades.

BIBLIOGRAFIA

- BAHIA, Juarez — *Jornalismo-informação-comunicação*. São Paulo, Martins, 1971, 134 p.
- DÓRIA, Francisco Antônio — *Marcuse, vida e obra*. Rio de Janeiro, José Álvaro, Editor, 1969, 286 p. Trad. de Lilliane e Duarte Numno Simo.
- FABRE, Maurice — *História da comunicação*. Lisboa, Moraes Editora, 105 p., il.
- REVISTA DE COMUNICAÇÃO. FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS E FILOSOFIA. DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. V. 1. Número 1.
- APONTAMENTOS DE AULA. DISCIPLINA HISTÓRIA DA CULTURA E DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO I e II.