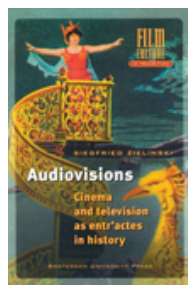


Alquimias Analógico-digitais

Laís Santoyo Lopes

ZIELINSKI, Siegfried (1999).

Audiovisions: cinema and Television as Entr'Actes in History.
Amsterdam: Amsterdam University Press. 356 p.



Resumo: Esta resenha apresenta alguns aspectos relevantes da obra *Audiovisions: Cinema and Television as Entr'Actes in History*. O autor, Siegfried Zielinski, realiza um trabalho de arqueologia dos meios audiovisuais, resgatando desde os artefatos rudimentares do pré-cinema até uma discussão dos rumos da comunicação de massa no final do século XX. Destaca-se sempre a relação da tecnologia com o ambiente cultural e a posição do indivíduo diante do discurso da mídia.

Palavras-chave: cinema; televisão; audiovisual avançado.

Abstract: Analogical-digital alchemies. This review presents some relevant aspects of the work *Audiovisions: Cinema and Television as Entr'Actes in History*. The author, Siegfried Zielinski, executes an archeological work of the audiovisual media, bringing to light innumerable artefacts from pre-cinema era to advanced audiovisual, leading up to a debate on the new possibilities of mass communication in the end of the 20th Century. It is always noticeable the relationship between cultural environment and the position of the individual in face of the media discourse.

Keywords: cinema; television; advanced audiovisual.

O curso do processo histórico-midiático audiovisual e a mídia técnica avançada são os temas do livro *Audiovisions: Cinema and Television as Entr'Actes in History*, escrito por Siegfried Zielinski. Nele o autor propõe uma historiografia conjunta de quatro modelos

audiovisuais a partir da caracterização dos ambientes socio-tecno-culturais que levaram à origem, hegemonia e reconfiguração de cada um deles. O foco da obra é a materialidade da mídia dentro da relação triádica entre tecnologia, cultura e indivíduo, com o autor defendendo que os dispositivos audiovisuais não são determinantes culturais. Partindo da tradição intelectual dos estudos culturais de origem marxista-britânica, da historiografia da tecnologia e do entendimento meta-psicológico do discurso midiático, Zielinski enfatiza a posição do sujeito no discurso da mídia através da análise das dimensões culturais do aparato, ao considerar a tecnologia como componente essencial de complexas relações de integração e restrição do indivíduo.

O primeiro capítulo trata dos anos de fundação da práxis audiovisual, marcados por grande anarquia de formas de expressão e posicionamentos do espectador, que antecedem à presença da indústria cultural. O autor ressalta o surgimento do cinema, não como invento repentino, mas seu “processo de invenção e inovação” (p.90) cujo passo decisivo foi a inclusão do mecanismo da “grifa”, tecnologia resultante de uma nova experiência do tempo, agora comprimido e abstrato, que se concretizava tecnicamente na máquina do relógio. A tecnologia do cinema é própria da cultura tecnológica da *belle époque* das máquinas, momento no final do século XIX que marca o ápice do processo de industrialização no sistema capitalista, especialmente no seu efeito sobre a consciência individual do tempo introduzida violentamente através da esfera do trabalho.

Destaca-se nesse período as pré-condições para o desenvolvimento do cinema como cultura comercial de massa que se encontravam na experiência da industrialização e no crescimento da classe proletária urbana, fato que incentivou novas formas de cultura coletiva pública. O cinema artesanal e as primeiras máquinas audiovisuais integravam um universo de experiências breves, fundamentadas no momento, criando um fluxo ininterrupto de movimento, relativamente arbitrário e heterogêneo. Sem pretensões artísticas ou eruditas, não nasceu como uma mídia “quente”, no sentido de McLuhan, pois não permitia a imersão do espectador. Consequentemente, o autor nota que a importância atribuída por muitos historiadores à valorização da mensagem pelo público, no período inicial do cinema, não corresponde à experiência que girava em torno da mágica presença da ilusão de movimento. Neste estágio, a práxis significativa do cinema se assemelha ao que viria a ser a práxis da televisão, um fluxo ininterrupto de movimento, relativamente arbitrário e heterogêneo.

A mensagem só tornou-se prioridade no processo comunicacional entre 1910 e 1920, após o cinema passar por um processo de desapropriação ao ser retirado das classes inferiores como mídia de diversão rápida. Juntou-se assim ao ritmo capitalista de produção em massa e ganhou “aura” através da inclusão na esfera da cultura erudita burguesa. A “elitização” ocorreu no conteúdo e na apresentação, quando através de novas interações do discurso cinematográfico e inovações tecnológicas o cinema se transformou em uma mídia voltada à realização de grandes filmes ao invés de pequenos atos e adquiriu

um novo formato de exibição, saindo dos mercados e feiras públicas para auditórios de arquitetura teatral burguesa. O cinema – que agora atendia ao desejo de fuga subjetiva e prazer cultural – revelava uma nova configuração de poder em seu *design*. Nesse momento, a indústria cinematográfica alcançava o ápice da concentração econômica e o ponto mínimo de perspectiva emancipatória e entretenimento proletário.

No segundo capítulo, o autor trata dos primeiros modelos para a televisão no período entre guerras e da questão de seu desenvolvimento tecnológico, que se dava paralelamente ao do cinema, no contexto da mudança para o paradigma visual. Zielinski constrói, então, uma arqueologia dos primeiros modelos teóricos e práticos com origem na telefonia e no telégrafo, cujo objetivo consistia na superação da distancia espacial sem perda de tempo através da transmissão de imagens estáticas. Simultaneamente, destaca a exploração política, ideológica e comercial do rádio como o novo dispositivo de comunicação de massa, assim como a participação definitiva do Estado através da instalação e manutenção da infraestrutura que garantia sua relativa influência sobre o conteúdo.

Com as primeiras transmissões a partir de 1935 na Alemanha, teve início o uso da tecnologia da televisão como meio de comunicação de massa, que se expandiu consideravelmente até o início da Primeira Guerra Mundial. Esse crescimento foi característico do processo de diversificação de uma indústria que optou por concentrar investimentos em mídias de caráter reprodutivo e deu origem a uma indústria cultural, cuja tendência no momento era uma programação heterogênea, combinando representações de realidades ensaiadas e não-ensaiadas. Zielinski comenta como a formulação de McLuhan “O meio é a mensagem” identifica uma época na qual a prática significativa da televisão concentrava-se nas potencialidades apresentadas pelo artefato em si, na própria invenção de uma nova tecnologia de recepção de voz e imagens instantâneas, que assim como no início do cinema, impressionava mais que a mensagem. A fascinação do público pelo novo formato de recepção superava o interesse pelo conteúdo, fato que é evidenciado pelo autor na análise da transmissão das Olimpíadas de 1936, realizada em Berlim. Nota que poucos fenômenos sócio-culturais demonstram “[...] tão impressionantemente a fusão interconectada entre primeira e segunda realidade, do evento e de sua representação midiática.” (p. 170). A partir desse momento, as Olimpíadas passaram a ser formatadas como eventos midiáticos realizados primeiramente com o propósito de serem televisionados. A dimensão espetacular do evento se configurou em torno da estética propagandista e da linguagem publicitária, trabalhadas nos filmes de Leni Riefenstahl, que por sua vez, se consolidaram como a própria ontologia da expressão midiática.

Para uma sociedade que modificava a experiência do tempo e do espaço através da tecnologia, os artefatos de comunicação de massa se apresentavam como solução para compensar o *deficit* gerado pela mecanização da vida cotidiana. O escapismo passou a ser usado pelo sistema como arma ideológica no momento em que a mídia produtora de bem-estar, ao unir-se aos produtores de bens de consumo, encontrou mercado no nazismo,

incentivando o conformismo e assim, compactuando com o regime sem de fato precisar fazer sua propaganda. Ou seja, na Alemanha da Segunda Guerra Mundial, as dimensões do entretenimento e da propaganda avançaram juntas.

No terceiro capítulo, Zielinski analisa a invasão da privacidade familiar pela televisão e pela indústria cultural após a Segunda Guerra Mundial e a relaciona à própria história da guerra, notando que a mesma oferece a dimensão social que garante a supremacia do meio. Com o espaço de coexistência social organizado pelo Estado e pouca privacidade individual durante o conflito, a estratégia capitalista pós-guerra consistiu em desenvolver produtos a partir da perspectiva de que a felicidade não poderia ser atingida socialmente, mas conquistada individualmente na esfera privada. Nesse contexto, o automóvel e a televisão tornaram-se os maiores símbolos de autossuficiência e independência, concretizando o sonho da liberdade através da mobilidade pessoal e permitindo o acesso contínuo a fragmentos do mundo a partir do próprio lar.

Zielinski segue observando que, no final da década de 1950, a televisão já estava integrada como um dispositivo de uso cotidiano, cuja estrutura de programação orientava o tempo livre dos espectadores. Enquanto se tornava “tempo social” (p.212), outras mudanças foram introduzidas, entre as quais a substituição dos processos mecânicos e químicos pelo eletrônico, a supremacia do som e da palavra, a concentração da dimensão visual no detalhe em detrimento da visão geral e a transição para uma organização centralizada do processo comunicativo, estabelecendo-se, assim, novas formas de domínio e “novas condições de propriedade” (p.187) na indústria cultural.

Segundo o autor, as primeiras crises dessa estrutura aparecem no final da década de 1960, evidenciando-se na cobertura da Guerra do Vietnã, durante a qual o meio passou a exibir imagens de brutalidade, incorporando o horror da destruição e do genocídio na normalidade da vida cotidiana. No mesmo período, a televisão tornou-se alvo de críticas de diversas sessões da arte e da academia. No entanto, mostra como a crítica acadêmica exclusivamente na forma de expressão literária e, no seu ponto de vista, burguesa, foi paralisante, pois enquanto a indústria eletrônica se fortalecia e os intelectuais desenvolviam a crítica a partir da universidade, sempre em posição de denúncia, não houve espaço para desenvolver conceitos televisuais alternativos que explorassem as potencialidades tecnológicas para o uso emancipatório do meio.

O quarto capítulo discute a tecnologia do audiovisual avançado, que até o final do século XX exibe uma característica heterogênea similar ao primeiro modelo audiovisual do século XIX. No seu entender, a primeira tendência destacada nos novos processos da indústria cultural é a organização do poder econômico, que passa a integrar verticalmente todos os níveis da cadeia de reprodução técnica. Quanto à materialidade da mídia, há a geração de um novo discurso intermedial, do qual advém a dissolução das limitações materiais em código binário, ou seja, todas as mídias podem se cruzar na tradução para o formato de dados eletrônicos, sendo a principal tendência a integração de

todos os dispositivos através da padronização do formato das mídias, bem como as novas qualidades adquiridas através das redes, que operam em um sistema integrado de satélites e fibra ótica para a circulação de todas as variações da informação. Por fim, observa-se também a sua inclinação para a utilização independente de uma localização física, na qual o entretenimento acompanha a mobilidade do indivíduo, formato que tem como pré-requisito de seu sucesso os valores de flexibilidade e independência vendidos pela propaganda capitalista do século XX.

Zielinski destaca ainda a interrelação entre os dispositivos da mídia e as práticas significantes que, na era do audiovisual avançado, se apresenta em uma nova estrutura de mensagem, de percepção descentralizada, pois não há mais continuidade e homogeneidade nas audiovisões, que agora são temporárias, com mobilidade espacial ilimitada e conteúdo descontinuado. Estética e materialmente as novas estruturas de programação levam em conta a mudança na percepção do tempo pelo usuário. Através de artefatos para a desconstrução do tempo fixo do transmissor, como as câmeras de vídeo pessoais, vídeocassetes e gravadores digitais, que integram a flexibilidade temporal ao audiovisual de forma funcional, tornou-se possível que cada usuário crie suas próprias experiências singulares, intervindo na sintaxe da programação. Assim se estabelece uma nova anarquia na temporalidade das relações televisuais.

Em sua conclusão, o autor investiga o dualismo entre as mídias analógicas e digitais a partir da análise de diversas obras da última década do século XX, afirmando que pontes foram construídas entre esses dois polos tecnológicos, interligados agora em um nível avançado. Seria esta a interação de mídias analógicas e digitais, a que se refere como “alquimias práticas” (p.276), experiências híbridas analógico-digitais. Para o sucesso dessa configuração móvel e sempre inovadora, vê como fundamental a organização horizontal da mídia, de forma que um único dispositivo não possa orientar toda a força estética e cultural, pois é na coexistência heterogênea das duas formas de expressão que se encontram oportunidades de experimentação e abandono das convenções, ao mesmo tempo em que são mantidas abertas as possibilidades de subversão.

Para finalizar, Zielinski acredita que o potencial da cultura e da arte contemporânea está no poder dos criadores em contribuir para a diversificação através da constante irritação e diferenciação da arquitetura da mídia, pois isso fortaleceria tanto a autonomia das formas individuais de expressão nas práticas audiovisuais, como favoreceria novas combinações. Ao praticar a alquimia das mídias, utilizando todos os meios tecnológicos disponíveis, analógicos e digitais, para processar a realidade, pode-se explorar profundamente as especificidades de cada meio e na convivência de práxis distintas, promover experiências inéditas que resistam à formulação.

LAÍS SANTOYO LOPES é fotógrafa, graduada em Cinema e mestranda do programa de Comunicação e Semiótica da PUC-SP.