

Exame de uma transposição da dramaturgia

Alexandre Henrique*

RAZUK, José Eduardo Paraíso. *Dramaturgia em Transposição*. Um estudo sobre Senhora dos afogados, de Nelson Rodrigues. São Bernardo: Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), 2003. (Dissertação de Mestrado. Orientadora: Dra. Sandra Reimão).

José Eduardo P. Razuk enfoca em seu trabalho de mestrado vários aspectos pertinentes e enriquecedores sobre a transposição de um texto de Nelson Rodrigues, a peça *Senhora dos afogados* (1947), para um programa de televisão, no caso, um teleteatro produzido pela TV Cultura de São Paulo, em uma adaptação feita por Carlos Queiroz Teles e direção Antonio Abujamra. O trabalho de José Eduardo P. Razuk mostra as particularidades das duas obras em destaque: a peça teatral e o teleteatro.

Conceituando o período histórico em que foi feita a adaptação pela TV Cultura, o autor nos remete, nos primeiros capítulos de seu trabalho, a fatos e condições em que a adaptação foi concebida. Fazemos uma viagem pelo início do canal 2, TV Cultura, e o casamento deste com o gênero de teleteatro.

Outra característica do trabalho foi a preocupação em evidenciar, detalhar, o perfil tanto de Nelson Rodrigues quanto de Antonio Abujamra. José Eduardo P. Razuk expõe as idéias motrizes que deram suporte tanto para a confecção da peça *Senhora dos afogados* quanto de sua adaptação televisiva.

Teatro e televisão são formas de comunicação. Há entre essas formas de comunicação alguns pontos em comum. A diferença básica, porém essencial, é que a televisão é mediada por um aparelho eletrônico e o teatro não. E nesse contexto, a primeira vista simples, é que se dá a verdadeira importância da pesquisa – focar

* Alexandre Henrique é graduado em Radialismo pela Universidade Metodista de São Paulo e mestrando na mesma instituição.

as necessidades e especificidade de cada uma destas formas de comunicação e no que estas especificidades facilitam ou dificultam uma adaptação.

Na intenção de repartir com o leitor as diversas informações que ajudaram a enxergar a análise dos resultados obtidos, José Eduardo P. Razuk apresenta entrevistas que realizou com pessoas que fizeram parte do processo de adaptação e das pessoas envolvidas com este processo. Lemos falas como esta do diretor Antonio Abujamra:

Quando nós fizemos na TV Cultura essa Senhora dos afogados, era para acertar o nervo do Nelson. Claro que a gente mexeu um pouco na peça porque a gente não tinha condições de fazer exatamente como ele escrevia, [...] como eu meto a mão em Shakespeare, por que eu não iria meter a mão em Nelson Rodrigues?

Lemos ainda apresenta comentários avaliativos, como este do ator Sergio Camargo a respeito desta adaptação: "A obra então se resumiu a: autor, diretor, interpretação e profissionais de bastidores. E deu muito certo".

Nelson Rodrigues é um autor "difícil". Suas peças são "pesadas". Sua opção por uma estética expressionista o torna "cru". Na concepção expressionista o "feio" é valorizado e entendido como mensagem, contrapondo-se com a idéia popular de "errado". Como disse Gombrich:

O que perturba o público a respeito da arte expressionista talvez seja menos o fato da natureza ter sido distorcida do que o resultado implicar no distanciamento da beleza [...] um grito de angústia não é belo, seria uma falta de sinceridade olhar (somente) o lado agradável da vida.

Em torno da questão da estética da TV e da obra *Senhora dos afogados*, José Eduardo P. Razuk apresenta uma discussão enriquecedora e instigante. Ele resgata o teleteatro no Brasil e enfatiza aqueles com linguagens e propostas mais inovadoras e experimentais. A TV impressiona e até causa distanciamento de sua

audiência, quando se expressa em outras formas de ver e sentir que não o comum e corriqueiro, mas esses são os caminhos inevitáveis do novo, do renovador.

O trabalho de José Eduardo Paraíso Razuk, *Dramaturgia em transposição*, contribui para os estudos da mídia televisiva brasileira e uma de suas importantes segmentações – o teleteatro.

Questão de gosto não se discute?

Ovídio Mota Peixoto*

SCHNEIDER, Marco. *Música e capital midiático*: introdução a uma crítica da economia política do gosto. Rio de Janeiro: Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura de Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), 2003. (Dissertação de Mestrado. Orientadora: Dra. Heloísa Buarque de Holanda).

Questão de gosto não se discute ou será que a máxima, normalmente utilizada para encerrar querelas aparentemente sem futuro ou indesejadas, serve hoje muito mais para escamotear os processos pelos quais os juízos de gosto têm se estabelecido, reproduzido e disseminado na sociedade? Será que o gosto é uma prerrogativa autônoma e marca da liberdade individual ou cada vez menos as pessoas podem garantir que, de fato, são donas das suas próprias escolhas sobre o que gostam ou deixam de gostar?

Tomando como referência a música ou as preferências musicais – por vezes ardorosas – a dissertação trata exatamente da suposta autonomia do gosto ou da falta dela. Apoiado em consistentes argumentações marxistas, extraídas de meticulosa e exaustiva pesquisa bibliográfica, Marco Schneider tenta mostrar que a irracionalidade capitalista transformou o gosto musical num evento condicionado pelo lucro. Procedimento sustentado em grande parte pelo mito da liberdade individual, cuja existência para além das regras de funcionamento do mercado parece cada vez mais duvidosa.

A pesquisa debruça-se sobre as imbricações existentes entre música, capital e gosto ou como prefere o autor “na mediação tecnocapitalista dos gostos musicais”. Ele defende a discussão do gosto a partir do seu significado radical e do fundo ideológico da ruptura entre as noções de saber e sabor reificada através dos séculos. Para ele, o gosto é a encruzilhada onde se encontram e se

* Doutorando em Comunicação e Cultura pela UFRJ. Coordenador do Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo do Centro Universitário Augusto Motta – Unisum. Professor do Centro Universitário Moacyr Sreder Bastos.

debatem, em cada homem, a expressão distintiva de cada coisa, a cultura e os nervos. Os juízos de gosto, por sua vez, representam a necessidade de se estabelecer critérios para os conflitos intersubjetivos, sobredeterminados pela posição de classe ocupada pelo ajuizador.

Ao recapitular a trajetória da Indústria Cultural, o autor observa que se outrora a produção musical era orientada por todo um conjunto de práticas intersubjetivas pré-midiáticas, com o passar do tempo, e principalmente no século XX, com o surgimento das sociedades de massa urbanas, o *show business* mostrou-se tão lucrativo que a própria produção e, portanto, o leque de opções ou alternativas oferecidas ao público, passou a ser determinada por imperativos econômicos. A música — como tantos outros produtos simbólicos — tornou-se item rentável demais para que a indústria cultural a deixasse à mercê da formação espontânea do gosto do público ou da inspiração dos artistas. De tal modo que na atualidade só se pode gostar ou não daquilo que foi produzido, reproduzido e posto em circulação — ou mostrado — pela indústria cultural. Afinal, impossível gostar daquilo de que nunca se ouviu cantar/tocar ou falar.

Um dos alvos centrais da crítica contida na dissertação é o capitalismo, enquanto sistema que só se interessa pelas necessidades humanas que realimentem o próprio capital. Assim, fica evidenciada a inversão pela qual o valor de uso das coisas (cuja medida seria o gosto) torna-se secundário em relação ao valor de troca (cuja medida é o dinheiro) na produção, reprodução, circulação e consumo de música (ou seja, do que for) no século XX. A primeira consequência desastrosa de tal inversão é o massacre da diversidade.

Para Marco Schneider, os critérios estéticos da produção musical estão subordinados aos imperativos totalizantes do capital, à sua "estética contábil" autoritária. Estamos, portanto, ao sabor dos juízos contábeis, dos interesses da indústria cultural quando definimos, escolhemos ou decidimos os objetos de nossas preferências. Com isso, cada potência particular lançada no circuito midiático tende a converter-se em generalidade, o que resulta no empobrecimento de suas propriedades expressivas.

A atitude metodológica do autor parte do entendimento de que, durante a elaboração da pesquisa, o melhor modo de minimizar os

preconceitos ou pré-julgamentos, é ter consciência de sua inevitabilidade, desenvolvendo, no ato do fazer científico, uma metacrítica do próprio ato e não pressupondo uma neutralidade ou objetividade inviáveis ao sujeito diante do objeto.

Assim, antecipando-se às possíveis objeções, especialmente aquelas que viriam em defesa da capacidade de filtragem, ressimbolizações ou resistência dos receptores, o autor esclarece que sua proposta não é elaborar uma crítica à liberdade subjetiva, mas sim uma crítica em nome da liberdade intersubjetiva possível. Em vez de discutir o gosto, o autor quer pensar o gosto, ou melhor dito, quer investigar e colocar sob questionamento a suposta liberdade para a escolha subjetiva. Ele observa que o capital, depois de haver colonizado o corpo, o tempo e boa parte das idéias das pessoas, exerce em seu estágio atual, um controle monopolista da maior parte das atividades sensórias e cognitivas, bem como das referências intersubjetivas dos indivíduos. Com auxílio luxuoso da Indústria Cultural a quem compete uma edição tendencialmente narcotizante e reacionária da realidade, atuando no sentido de reproduzir e legitimar no imaginário coletivo as relações de poder vigentes.

O problema teórico busca especificar quais os objetos sensíveis ou bens simbólicos produzidos e postos em circulação; o que determina tal escolha e por que satisfazem ou não desejos e legitimam ou não as práticas dos sujeitos e quem são esses sujeitos. Adotando o rigor metodológico do marxismo, o trabalho mais que uma crítica dos juízos busca situar os juízes. Afinal, quem ou o quê determina o que é o bom gosto, quando determina, onde determina, como determina e por quê.

Para dar conta da empreitada, Marco Schneider sugere o conceito de capital midiático, cuja composição seria dada pela soma de capital mais prestígio social, sendo ambos adquiridos graças ao investimento em dinheiro nos circuitos da indústria cultural. O conceito serve aqui como expressão dos valores simbólicos alienados, recalcados, desenvolvidos, destruídos, transformados, legitimados e convertidos em valores econômicos e ideológicos pela indústria cultural.

Numa época em que qualquer tentativa de criticar a mídia soa – ou é mostrada – como investida contra a democracia, as idéias aqui propostas confirmam e reforçam a necessidade de reflexões

consistentes e devidamente fundamentadas a respeito do papel dos meios de comunicação na formação de consciências. Como também revelam que para tratar de tais temas também é necessária boa dose de valentia intelectual.

Convicto da pertinência e da importância da discussão do gosto a partir do seu significado radical, o autor reivindica a atualidade do ponto de vista da teoria crítica da Escola de Frankfurt, enfocando o caráter prospectivo das idéias de Adorno ao apontar para tendências plenamente verificáveis na atualidade. Mesmo que não desfrute de uma eficácia absoluta, a indústria cultural tornou-se suficientemente grande e poderosa para merecer nossa atenção e justificar novos desdobramentos da perspectiva crítica frankfurtiana.

Entre apocalíptico adorniano e cientista preocupado, o autor revela a origem do motivo que justificaria o esforço da pesquisa, o temor de que estejamos enredados em um fetichismo sem precedentes na história: "Quem define o bom e o belo, não são as coisas, não é o povo, nem mesmo os deuses ou os capitalistas... a decisão é do próprio capital".

Para concluir, propõe uma reformulação da bela definição de *Sapientia*, proposta por Roland Barthes em sua "Aula". Em vez de "Nenhum poder, um pouco de saber, um pouco de sabedoria e o máximo de sabor possível", sugere Marco Schneider: "Por que não, junto ao 'máximo de sabor possível', o máximo de saber e de sabedoria, isto é, o máximo de gosto, e a dose necessária de poder, para além do capital e de seu porta-voz?"

O cinema possível

Angélica Coutinho*

SEGRETO MOURA, Pedro. *Microcinema - O impacto das novas tecnologias digitais sobre a produção audiovisual*. Rio de Janeiro: Programa de Pós-Graduação em Design da PUC, 2004. 140 p. (Dissertação de Mestrado. Orientadora: Dra. Rejane Spitz.)

Recentemente, o diretor iraniano Abbas Kiarostami declarou em um festival que vai passar a produzir no suporte digital. Pensamos logo naquelas câmeras que rodam a 24 quadros, custam uma fortuna e naqueles processos de finalização supersofisticados. Mas será que o diretor iraniano está pensando em uma produção do tipo hollywoodiana? Certamente não. Deve estar pensando em algo que vimos recentemente no Brasil: o filme *Contra todos*, do diretor Roberto Moreira, lançado comercialmente neste ano e que foi o vencedor da categoria ficção no Festival do Rio. O filme foi rodado com uma câmera digital PD-150 da Sony, equipamento bastante simples e que já está sendo superado por novos modelos. E estes não são exemplos isolados de como o digital avança velozmente no campo cinematográfico. Há muitos outros que contam com a nova tecnologia. Na verdade, nem tão nova. Há pelo menos 10 anos, empresas ligadas ao audiovisual – desde a indústria de equipamentos até a empresa de comunicação – estão testando e lançando no mercado máquinas fundadas na tecnologia numérica. O que vemos hoje é apenas a face comercial das experimentações, o resultado criativo do barateamento de suportes que serve tanto às grandes produções comerciais – e não é de hoje que Hollywood utiliza-se da sedução da tecnologia para ampliar sua platéia – quanto à produção de baixo orçamento.

A reflexão acadêmica também não está alheia a este processo. E, recentemente, Pedro Segreto Moura apresentou a uma banca de mestrado, na PUC-RJ, a dissertação: *Microcinema - o impacto das novas tecnologias digitais sobre a produção audiovisual*. A partir de

* Jornalista, diretora do Curso de Cinema da Universidade Estácio de Sá (RJ) e doutoranda em Letras (PUC-RJ).

um paralelo com o discurso do Cinema Novo e sua premissa de “uma câmera na mão e uma idéia na cabeça”, Segreto defende que o uso de ferramentas digitais permitirá o fortalecimento de uma cinematografia independente que conta com a colaboração de diversas áreas de produção de imagens, inclusive o *design*, profissão de origem do pesquisador.

Mas o que seria o *microcinema*? É um tipo de processo que, a partir das possibilidades trazidas pelo novo paradigma tecnológico, permite uma produção em grande escala, independente de grandes financiamentos, e que encontra meios de contornar os problemas de distribuição e exibição através de mostras, festivais e sítios da Internet. Afinal, não é à toa que muito da discussão atual sobre o mercado audiovisual inclui também a telefonia celular, por exemplo. Pois se, em breve, poderemos até mesmo por telefone acessar imagens, é importante definir quem controlará esse novo meio de exibição e, portanto, como será comercializado o material a ser acessado.

Trata-se propriamente de uma agitação cultural, como defende o pesquisador, capaz de renovar uma prática independente e, ainda mais, permitir as experimentações. Por isso, é feito o paralelo com a matriz *cinemanovista*, que conjugava produções autorais de baixo orçamento com experimentações de linguagem a partir de câmeras mais leves e gravadores portáteis que permitiam a captação do som direto. O que importava naquele momento era o conteúdo – a proposta estética e ideológica.

Este é o ponto de partida da dissertação: a análise da matriz cinemanovista passando pela retomada da produção depois do desmantelamento do sistema de financiamento governamental nos anos 1990 que coincide com a chegada da tecnologia DV até a aparição do cinema digital. No segundo capítulo, o autor procura relacionar as especificidades da produção intelectual e artística contemporânea e a discussão sobre o emprego dos meios digitais na disseminação de informação e nos experimentos de linguagem. As propostas apresentadas tornam-se concretas na terceira parte revelando como as experiências com o novo suporte podem fomentar a criatividade e a inovação além de permitir uma interação espectador-obra. Tal interação só é possível a partir de uma prática

que considere a linguagem como um campo de experimentações e não como um criador de limites. É nesse ponto que Pedro Segreto defende o papel do *designer*.

As tecnologias numéricas revolvem o fazer cinematográfico, fazendo com que certas possibilidades sejam potencializadas pelo "artificializar" das imagens. O Design, como atividade e método, encontra na prática cinematográfica um novo campo de ação. Envolvendo-se em diversas etapas da realização audiovisual, o designer pode colaborar na figuração de representações e na sistematização de procedimentos. Práticas em exercício, conjugadas com novas oportunidades, delineiam facilidades de atuação onde a estética e a técnica se imbricam às questões econômicas na formação de obras provocadoras, revolucionárias.

E esse papel que Segreto destaca nas produções experimentais também revela grande importância para o chamado "cinemão", pois as telas de todo o mundo acabam de receber a superprodução *Capitão Sky e o mundo de amanhã*. O filme custou 70 milhões de dólares e utilizou exclusivamente cenários virtuais. Os atores foram "inseridos" no mundo em 3D através do programa de computador CGI, criado pelo próprio diretor e roteirista Kerry Conran. Este estreante em Hollywood não foi nem uma única vez a Nova York, "locação" da trama, recriada a partir de fotos antigas da cidade. E mais do que utilizar a tecnologia para construir cenários, Conran a utilizou para criar o seu vilão representado por Laurence Olivier, ator falecido em 1989, que "atua" em *Capitão Sky* a partir de imagens de arquivo.

É claro que esse tipo de experimentação não está relacionada ao *microcinema* do qual fala Pedro Segreto, mas revela a face ampla da aplicação da tecnologia digital. Uma face que no Brasil transforma o cinema, que depende de retomadas do mercado, em cinema possível. Foi possível aos diretores Vicente Amorim e David França Mendes fazer *2000 nordestes*, assim como ao diretor Marcos Prado fazer *Estamira*, documentário sobre uma mulher de 63 anos que há 20 sobrevive do que encontra no Aterro Sanitário de jardim Gramacho, em Duque de Caxias. O filme rodado e finalizado no suporte digital custou apenas 100 mil reais, orçamento que passa longe até mesmo

de muitas das produções brasileiras cujos diretores estão sempre "perseguido" novas fontes de financiamento. Enquanto isso, as grandes empresas já voltaram seus olhos e orçamentos para a nova mídia. E provavelmente permanecem grandes por isso. A Sony busca criar novas câmeras e gravadores de áudio para atender a demanda por leveza e baixo custo, a Kodak lança novas sensibilidades de película que permitam uma melhor resultado no tratamento digital e as empresas de finalização investem em equipamentos que proporcionem um bom resultado de imagem e vídeo nas telas. Sem falar nas salas de exibição que instalam, ao lado de seus velhos projetores de película, novos equipamentos de projeção em alta definição digital.

É claro que essa não é uma "briga" que a tecnologia digital já ganhou: ela vai enfrentar laboratórios, produtores de suporte sensível e muitos outros, inclusive os realizadores que insistem em se manter nos velhos processos como se eles fossem garantir o antigo status de realizadores cinematográficos, um purismo romântico com data certa para acabar e completamente sem sentido em um país como o Brasil, incapaz de atender às necessidades básicas de sua gente. Por isso, a discussão sobre o *microcinema* ganha importância: a nova tecnologia democratiza desde a produção até a distribuição. Resta saber se isso interessa a todos.

Comunicação & Sociedade

Revista Semestral de
Ciências da Comunicação, integrante do
Programa de Pós-Graduação em
Comunicação Social da
Universidade Metodista de São Paulo.

Artigos, comentários, relatos de pesquisa
e resenha de obras.

A revista acolhe textos inéditos de pesquisadores do
Brasil e do Exterior.



Universidade
Metodista
de São Paulo

Edição

Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social
Rua do Sacramento, 230 - Edifício Iota - Rudge Ramos - 09735-460 - São Bernardo do Campo - Sp
Fone: (55__11) 4366-5883 / 4366-5550 - Fax: (55__11) 4366-5817
E-mail: publicom@metodista.br

Pedido de permuta e exemplares avulsos

Editora Universitária
Rua do Sacramento, 230 - Rudge Ramos - 09735-460 - São Bernardo do Campo - Sp
Fone: (55__11) 4366-5599 / 4366-5537
E-mail: editora@metodista.br