

4.3 – A invenção do “público” moderno.

I

A exploração em massa de um produto depende inevitavelmente de sua fabricação em série. Seu sucesso, por sua vez, pressupõe um encontro entre as suas características intrínsecas, aquilo que ele apresenta ou oferece, e os anseios do consumidor, que deve ver ali algo de atraente – algo que facilite a sua vida, solucione um problema, ou que simplesmente lhe dê prazer. Um casamento entre estas duas instâncias. Menos óbvio, mas igualmente determinante, é o fato de que no capitalismo industrial o produto muitas vezes antecede a existência de um contexto no qual ele aparece como de fato necessário. A *oferta* nem sempre responde, portanto, a uma *demand*a específica e latente observada na sociedade. Ao contrário, ela comumente a estimula, tornando um dado produto primeiro original, depois bem-vindo, mais tarde necessário, finalmente indispensável (pelo menos até ser substituído por um outro). A demanda como resultado da oferta – e não o contrário.

A demanda à qual o Cinematógrafo Lumière seguiu ao encontro não foi criada por ele próprio, mas por uma cultura de espetáculos que se sedimentava através do século XIX, em diferentes medidas, por quase todo o globo. Seu espaço de atuação já estava formado no momento do lançamento do aparelho pelos irmãos de Lyon, que alimentavam com a sua invenção um desejo comercial por novidades – aliás, no início, apenas como “mais uma” delas. No momento de inauguração do cinematógrafo, em 1895, teatros e salas de apresentação exploravam especificamente esse mercado, impulsionado tanto por aparelhos e idéias toscas, de vida útil bem curta, quanto por representantes de uma crescente indústria de entretenimento, a essa altura internacionalizada (vide Thomas Edison).

Tais espaços especializados floresciam sobretudo nos centros urbanos, onde tornavam-se sedentários aos poucos, enquanto no interior a exploração se fazia através de homens itinerantes, que visitavam vila após vila trazendo suas novidades. O cinema seguiu este percurso, experimentando as duas modalidades de exibição, mostrando-se a uma variedade enorme de espectadores.

Um estudo antropológico do “espectador cinematográfico”, por mais interessante que possa parecer, chegaria inevitavelmente a um caleidoscópio

interminável de perfis, ou seja, à constatação de que o espectador de Paris diferia em muito do da Sibéria, por sua vez completamente diferente do de Havana... Espectadores variados, reações variadas. Não havia obviamente um “olhar cinematográfico” inato a todas as culturas, originalmente prontas a receber e codificar essa novidade, assim como a linguagem que ela aos poucos propunha.

Contudo, como foi dito, a exploração comercial do Cinematógrafo Lumière pressupunha – assim como qualquer produto inscrito numa mentalidade industrial – uma standardização das modalidades de consumo, o que vale dizer, a garantia de que espectadores em diferentes pontos do globo reagiriam ao produto obedecendo a um mesmo padrão minimamente estável, em acordo com as expectativas dos investidores.

Como combinar, pois, a diversidade cultural observada de país em país – mesmo de vila em vila – com um desenho de exploração *em massa* de um dado produto? Como garantir uma recepção homogênea por parte de indivíduos de origens tão diversas? A resposta para estas perguntas está em parte na adequação, no decorrer do século XIX, do indivíduo em *agente consumidor*. No caso da cultura de espetáculos, isso equivale a um olhar específico que, deixando de enxergar os espectadores como pessoas distintas, cada qual com histórias e necessidades particulares, tratava-os como um único sujeito coletivo, como *público*.

Que fique claro, *público* não é apenas um status conferido a qualquer concentração de pessoas que mantêm a atenção em um mesmo objeto. *Público* é um processo, ele precisou ser *formado*. A história desta formação, inscrita de uma forma mais ampla no próprio desenvolvimento do capitalismo industrial, tem algumas etapas características cujo delineamento pode contribuir à uma melhor compreensão do fenômeno cinematográfico em seu primeiro momento.

Uma analogia interessante à boa parte das mudanças observadas na segunda metade do século XIX, em termos de comportamento de consumo, pode ser encontrada no surgimento das lojas de departamento. Roupas finas, principalmente vestidos femininos, que durante séculos eram moldadas de acordo com o corpo da pessoa destinada a usá-las, eram então expostas e vendidas em grandes espaços comerciais, oferecidas em diversas modelagens pré-estabelecidas. A prática de “tirar as medidas”, para depois confeccionar artesanalmente a peça, enfrentava a concorrência de produtos industrializados, de preços muito mais

atraentes. O sentido do movimento se invertia: não se moldava mais o tecido de acordo com o corpo específico da cliente, mas o contrário, esta deveria adequar-se a uma das opções oferecidas pelo comerciante.

O processo de *padronização* da vida cotidiana – sobretudo daquela que se desenrolava nos centros urbanos –, assim como o de formação de um *público* pretensamente universalista, de “homens modernos”, contou em grande medida com o desenvolvimento simultâneo da imprensa no XIX, ao mesmo tempo personagem e canal de tais transformações. Nesse sentido, o trabalho da historiadora Vanessa Schwartz mostra-se central à discussão.

Segundo a autora, a imprensa “de grande tiragem”, com o seu apelo ao sensacionalismo, moldava aos poucos uma comunidade de leitores isolados que através dos jornais compartilhavam uma mesma experiência – no caso a do cotidiano urbano, com o seu frenesi e a constante introdução de novidades. Mais que isso, atribuía um sentido específico a tal experiência, transformando em representação inteligível, com uma gramática própria, um conjunto de elementos potencialmente desnorteantes e traumáticos para o observador. Dava forma – começo, meio e fim – ao caos cognitivo e à variedade exaustiva de informações que abarcavam os sentidos do homem moderno.³⁹⁹

O “homem moderno”, personagem desta prosa, engendrado como sujeito universal em um mundo a ser descoberto e experimentado em seu radicalismo, assumia através das páginas impressas a *persona* do *flanêur* que percorria as ruas da cidade sorvendo-a com os olhos. Ler o jornal – e, em outra medida, ver os desenhos e caricaturas – significava movimentar-se por esses caminhos, não tanto com a liberdade de um aventureiro urbano, que escolhe por que vielas se perder (perder-se representava riscos), mas com a sensação de participar de uma mesma experiência coletiva que unia os membros da comunidade mencionada, a dos “homens modernos”. Eis o mais importante, não deixar de fazer parte deste espetáculo sensacional – o que pressupunha submeter-se à sua rígida pedagogia dos sentidos. A cultura de massa, de acordo com Vanessa Schwartz, passava então a dirigir-se a uma “sociedade de espectadores”.⁴⁰⁰

Não se pode perder de vista, simultaneamente, as transformações sofridas pelos próprios jornais no século XIX, que ao se popularizarem viram suas tiragens

³⁹⁹ Vanessa Schwartz, *Op. Cit.* p. 28.

⁴⁰⁰ *Ibidem*, p. 2.

multiplicarem-se progressivamente – movimento acompanhado pelo desenho deste olhar “universal” supostamente assumido pelos leitores. Em 1870, a tiragem dos jornais diários parisienses variava em torno de um milhão de exemplares. Dez anos depois, com uma duplicação dos títulos, este número passou para dois milhões. Em 1910 chegaria a cinco milhões de exemplares.⁴⁰¹ Os jornais, antes exclusivos dos salões da elite política parisiense, adquiridos através de assinaturas e passados de mão em mão, mudava também o seu perfil de consumo: o ano de 1863 marca o lançamento da imprensa popular, com publicações a apenas 5 centavos de franco (uma assinatura custava em média 40 francos anuais).⁴⁰²

O processo de metamorfose da imprensa observado a partir da década de 1870, e intensificado durante os últimos vinte anos do século XIX, recebeu pela própria sociedade da época o apelido de *americanização*. O modelo jornalístico importado dos Estados Unidos trazia como mudança mais significativa (além da introdução da publicidade e da produção industrializada) a emergência da *reportagem*, assim como a da figura próprio repórter, personagem que buscava “descrever minuciosamente uma situação ou um evento, divulgar as informações mais certas e precisas possíveis.”⁴⁰³ A informação aos poucos ganhava espaço em detrimento da análise e do comentário na medida em que as publicações se popularizavam, dirigindo-se assim a um número maior de leitores – que os jornais seduziam não apenas pela inteligência, mas também pela sensibilidade⁴⁰⁴.

O crescimento das tiragens na França e, mais especificamente, em Paris, tem relação direta com dois fatos estruturais importantes: o primeiro deles, a revolução de 1848, que instituiu o sufrágio universal masculino, ampliando o espectro político nacional; o segundo, a própria redução gradual do analfabetismo, que de 53% em 1832 caiu para 27% em 1869, chegando a 17% em 1880.⁴⁰⁵

Fatos políticos e diplomáticos dividiam espaço com folhetins que ilustravam a experiência do mundo moderno (e as transformações de comportamento conseqüentes), narrando o percorrer vadio do *flanêur* pelos *bulevares*, e

⁴⁰¹ Christian Delaporte. *Histoire du Journalisme et des Journalistes en France*. p. 18

⁴⁰² *Ibidem*, p. 64.

⁴⁰³ *Ibidem*, p. 22. « ...le reporter, observateur privilégié, cherche à décrire minutieusement une situation ou un événement, à divulguer des informations les plus sûres et les plus précises possibles. »

⁴⁰⁴ Gilles Feyel, *La presse en France des origines à 1944. Histoire politique et matérielle*. p. 111.

⁴⁰⁵ *Ibidem*, p. 72.

mergulhando na vida privada da burguesia, propondo uma espécie de voyeurismo social.

O espaço dos folhetins em jornais existia desde o final do século XVIII, porém o seu sucesso comercial, capaz de atrair leitores e anunciantes, foi definido pela escolha de Émile de Girardin (1802-1881) de publicar na sessão romances “em fatias”. A experiência inaugural, no ano de 1836, propunha cotidianamente em *La Presse*, em seqüência, trechos de *La Vieille Fille*, de Balzac. O número de assinantes, que em agosto de 1836 era de 2.670, em fevereiro do ano seguinte chegaria à casa dos 14.000.⁴⁰⁶

O autor Jean-Claude Vareille levanta em seu livro *Le roman populaire français* os principais temas ilustrados nestas obras, todos de grande apelo popular:

- 1) o romance sentimental.
- 2) o romance de *bas-fond*.
- 3) o romance marítimo (histórias de naufrágios).
- 4) o romance campestre.
- 5) o romance “engajado”.
- 6) a vingança retardada (o personagem que volta anos depois para fazer justiça).
- 7) gêmeos, ou personagens duplos (ou até irmãos inimigos).
- 8) histórias de erros judiciários.
- 9) enigmas policiais.
- 10) o romance patriótico.⁴⁰⁷

O nível de sensacionalismo nessas histórias era bem variado, e geralmente se pautava pela própria linha editorial do jornal em que se publicava o folhetim. Porém mesmo grandes publicações como *La Nation* utilizavam-se deste artifício para atrair leitores. Vide a *chamada* abaixo para a estréia de *Les Parisiens Maudits*, que seria lançado no dia 20 de julho de 1892:

PARISIENS MAUDITS par Jean Bruno

⁴⁰⁶ Ibidem, p. 111.

⁴⁰⁷ Jean-Claude Vareille, *Le roman populaire français (1789-1914), idéologies et pratiques*. P. 60-70.

Ce roman pathétique et émouvant contient de saisissantes descriptions de bouges. Dans des pages fouillées et prises sur le vif, on y voit le vice dans toute son horreur, la prostitution dans toute sa hideur.

Le luxe effréné des satrapes, dont les palais regorgent d'or, le libertinage éhonté des certaines grandes dames, la basse hypocrisie de la tourbe noire, qui a déclaré une guerre acharnée aux légitimes revendications des travailleurs ; tous ceux qui conspirent contre la marche du progrès seront dévoilés et flétris dans

LES PARISIENS MAUDITS

Mais, à côté de tableaux terribles, de récits, de scènes sanglantes et mystérieuses, on trouvera dans

LES PARISIENS MAUDITS

l'histoire de touchantes amours, d'actes héroïques et de nombreux exemples de cette générosité qui caractérise le Parisien.

LES PARISIENS MAUDITS

obtiendront certainement un éclatant succès.⁴⁰⁸

A história prometia desvendar todas as nuances da grande capital do luxo e do vício, explorando os seus personagens idealizados ao mesmo tempo que a corja em seus subterrâneos – incluindo aqueles que se punham contra a “marcha do progresso” (a ordem burguesa se impondo no ideário literário). Oferecia mistério, horror, e também uma história de amor. Sobretudo, sugeria ao leitor um passeio completo pelos diferentes cenários que constituíam a mítica Paris, com suas contradições e riquezas. Um panorama bem variado, como depois seria uma sessão do Cinematógrafo Lumière, na qual se pulava de um “gênero” a outro sem muita transição.

Já a estrutura do texto, dia após dia, se manteria literalmente “em fatias” sem que houvesse muita introdução (ou recapitulação) à história a cada edição. A fragmentação era patente, a ponto de tornar o texto bem vago para alguém que se deparasse com ele sem ter à mão o exemplar da jornada anterior – ainda que a temática geral da história pudesse mal ou bem ser identificada a partir de um dos modelos listados por Vareille:

Uma história de assassinato:

Le Fils d'un Autre. Grand roman inédit

⁴⁰⁸ Publicado na edição de 11/07/1892. “Esse romance comovente e emocionante contém descrições surpreendentes de bordéis. / Em páginas elaboradas e escritas no calor do momento, vê-se o vício em todo o seu horror, a prostituição em toda a sua repulsa. / O luxo desmesurado dos sátrapas, cujos palácios são repletos de ouro, a libertinagem desavergonhada de algumas grandes senhoras, a baixa hipocrisia da turba negra, que declarou uma guerra empenhada às reivindicações legítimas dos trabalhadores; todos aqueles que conspiram contra a marcha do progresso serão desmascarados e desonrados em OS PARISIENSES MALDITOS. / Mas, ao lado de quadros terríveis, de relatos, de cenas sangrentas e misteriosas, encontraremos em OS PARISIENSES MALDITOS a história de amores tocantes, de atos heróicos e de numerosos exemplos dessa generosidade que caracteriza o parisienses./ OS PARISIENSES MALDITOS terão certamente um sucesso acachapante.”

XIII (suite) L'Anniversaire

*Et voilà que, soudain, son œil s'est démesurément agrandi.
Il a cru voir que la porte s'entr'ouvrait, que la portière se soulevait... qu'un
homme entraît réellement.
Blême de terreur, ses dents claquant la fièvre, il recule...
Le docteur Maurice Legrand, dans sa longue redingote, avec sa barbe noire et
épaisse, habillé comme le soir de l'assassinat, est là, devant lui !⁴⁰⁹*

Uma romântica :

*L’Affaire Machin, par Bertol-Graivil.
« Troisième Partie : Triple Assassinat*

VII – Où Suzanne Astier reparaît (suite).

*Il releva la tête et, résistant à la tyrannie de ses désirs, répondit froidement qu’il
n’avait pas assez de ressources pour s’enfuir avec elle.
- Pas assez de ressources !... répéta-t-elle lentement.
Puis revenant à lui, presque menaçante :
- Voudrais-tu me tromper encore ?
Il la calma et lui avoua tout ce que lui avaient coûté ses débordements.
- ...Si bien, acheva-t-il, que je ne vis plus qu’aux crochets de ma femme.
- Elle est riche ?
- Elle n’a que sa dot ; quant à mon beau-père, c’est autre chose !
- Ah !⁴¹⁰*

O caráter fragmentário dos folhetins, artificial na medida em que o texto fora preparado para um outro tipo de mídia, adaptava a narrativa literária à estrutura do jornal, assim como à sua lógica de enfileiramento de *informações* de forma isolada e independente. Vareille identifica aqui uma interessante tensão entre a “continuidade da intriga e a descontinuidade do suporte”:

Les journaux (quotidiens ou périodiques) ont donc commencé par publier des nouvelles ou de courts récits, et ce n’est que lentement que s’est imposée l’idée qu’il était possible, voire souhaitable, de concilier la longueur du texte avec une

⁴⁰⁹ Publicado na edição de 30/12/1895 em *Le Petit Parisien*. Autor anônimo. “O ANIVERSÁRIO/ E eis que, de repente, seu olho cresceu desmesuradamente./ Ele acreditou ver a porta se entreabrir, a cortina se levantar... Um homem realmente entrar. / Pálido de terror, seus dentes batendo de febre, ele recua... / O doutor Maurice Legrand, no seu longo redingote, com sua barba negra e espessa, vestido como na noite do assassinato, está lá, na sua frente!”

⁴¹⁰ Publicado na edição de 06/07/1892 em *La Nation*. “O CASO FULANO. TERCEIRA PARTE: TRIPLO ASSASSINATO/ VII – Em que Suzanne Astier reaparece (continuação)./ Ele levantou a cabeça e, resistindo à tirania de seus desejos, respondeu friamente que ele não tinha recursos suficientes para fugir com ela. / – Sem recursos suficientes!... ela repetiu lentamente. / E, voltando-se a ele, quase ameaçadora: / – Você quer me enganar mais uma vez? / Ele a acalmou e confessou tudo o que lhe tinham custado suas extravagâncias. / – ...Tanto que, completou, eu vivo apenas com os crochês de minha mulher. / – Ela é rica? / – Ela tem apenas o seu dote; quanto ao meu sogro, é diferente! / – Ah!”

*présentation morcelée, de susciter une dialectique génératrice d'intérêt entre les deux pôles du système.*⁴¹¹

Uma relação dialética que reafirmava a estratégia de sedução empreendida pela imprensa junto ao seus leitores, cujas sensibilidades também se tornavam alvo dos jornais. A linguagem difundida pelo romance emprestava o seu elemento de *familiaridade* a leitores que a experimentavam de uma forma atualizada, *moderna*.

Os *faits divers*, enquanto isso, mais estritamente em harmonia com a fragmentação jornalística, destacavam da cena urbana histórias reais, porém espetaculares, apresentando em capítulos o desenrolar de um determinado “caso” a ser acompanhado pelo público-leitor:

The fait divers (...) reproduced in extraordinary detail, both written and visual, stories that might have seemed unbelievable but were actually true (...). The genre consisted of exceptional events that happened to ordinary people. The newspaper faits divers implied that the everyday might be transformed into the shocking and sensational and ordinary people lifted from the anonymity of urban life and into the realm of spectacle. [...]

*...the fait divers constructed a new kind of public life by thrusting ordinary people, even innocent victims and murderous transients, onto a vast stage for inspection by the “universalized” eye of the newspaper reader. The faits divers indicated that all life, no matter how banal, could be rendered spectacular through sensational narrative.*⁴¹²

Transformar a desordem e a diversidade da experiência subjetiva em um discurso inteligível e linear, incorporável por qualquer um, e produzir um quadro a partir de olhares múltiplos, significava, no contexto moderno explorado por Schwartz, “emoldurar” o cotidiano, dar-lhe uma forma específica de acordo com um padrão estabelecido, definindo arquétipos e personagens facilmente identificáveis. Significava destacá-lo de um *continuum* complexo, transformando-

⁴¹¹ Vareille, *Op cit*, p. 214. “Os jornais (cotidianos ou periódicos) começaram portanto por publicar novelas ou relatos curtos, e foi apenas lentamente que se impôs a idéia de que era possível, quiçá desejável, conciliar a extensão do texto com uma apresentação em pedaços, suscitar uma dialética geradora de interesse entre os dois pólos do sistema.”

⁴¹² Schwartz, *Op. cit.*, pp. 36 e 39. “O *fait divers* (...) reproduzia num detalhamento extraordinário, tanto escrito quanto visual, histórias que talvez tivessem parecido inacreditáveis mas que eram de fato verdadeiras (...). O gênero consistia em eventos excepcionais que aconteciam a pessoas comuns. Os *faits divers* dos jornais sugeriam que o cotidiano poderia ser transformado em chocante e sensacional, e pessoas comuns tiradas de seu anonimato de vida urbana para o reino do espetáculo. [...]

...os *faits divers* construíam um novo tipo de vida pública ao levar pessoas comuns, mesmo vítimas inocentes e transeuntes homicidas, a um vasto balcão de exame pelo olho “universalizado” do leitor de jornal. Os *faits divers* indicavam que toda vida, não importa o quão banal, poderia ser tornada espetacular através de uma narrativa sensacional.”

o em um conjunto de *momentos, instantes e eventos*⁴¹³ autônomos, apresentando-o como um objeto de consumo, um espetáculo capaz de produzir um panorama variado de sensações, e mesmo choque.

Os *faits divers*, assim como os folhetins, tinham seus temas prediletos e uma dose variável de pedagogia. O trágico e o cômico se alternavam cuidadosamente, mantendo um equilíbrio saudável às páginas dos jornais. Em ocasiões, dependendo do nível de impacto de uma determinada história junto aos leitores, a nota ganhava amplitude, tornando-se uma série investigativa através da qual se acompanhava, dia após dia, os desenvolvimentos (ou o desvendar) do caso. Em novembro de 1869, por exemplo, a publicação *Le Petit Journal* foi tomada pelo chocante *Affaire Troppmann*, através do qual seguiu-se por semanas a história de um jovem assassino de oito vítimas de uma mesma família. Mais comum, contudo, era encontrar no jornal uma lista de pequenas notas sucintas, porém de grande efeito, como a seguinte:

Suicides

Il est fort rare qu'une épidémie de suicides pareille à celle qui nous fait actuellement emplir nos colonnes de noyés, pendues, asphyxiés, etc., sévisse en plein été, au moment où la vie est la plus facile ou la moins dure à supporter.

Et, malheureusement, la plupart, pour ne pas dire la grande majorité de ces suicides, sont dus à la misère.

Aujourd'hui, le sieur C. Joseph, quatre-vingt trois, rue Payenne, dans une situation précaire depuis de longs mois, n'a pu supporter sa vie de misère et s'est jeté par la fenêtre de sa chambre située au deuxième étage.

La mort a été instantanée.

Un autre, le sieur Léopold T..., cinquante-cinq ans, journalier, rue Ramponneau, sans travail depuis quelque temps et sans d'autres ressources que son travail pour vivre, a mis fin à sa misérable existence en se pendant, la nuit dernière, dans sa chambre.

*A demain la suite.*⁴¹⁴

*Fatalidade e aleatório*⁴¹⁵ ganhavam grande força, amenizando alguma eventual interpretação social ou política que eventos poderiam ter, dando-lhes uma conotação mais accidental, transformando-os em dramas pessoais. Grande

⁴¹³ Ibidem, p. 11.

⁴¹⁴ Publicado na edição de 02/07/1892 em *La Nation*. “**Suicídios:** É muito raro que uma epidemia de suicídios como a que atualmente nos faz encher nossas colunas de afogados, enforcados, asfixiados, etc, atue em pleno verão, num momento quando a vida é mais fácil ou menos dura a suportar. / E, infelizmente, a maior parte, para não dizer a grande maioria de suicídios, se deve à miséria. / Hoje, o senhor C. Joseph, rue Payenne, 83, em uma situação precária por longos meses, não pôde mais suportar sua vida de miséria e se atirou pela janela de seu quarto, situado no segundo andar. / A morte foi instantânea. / Um outro, o senhor Leopoldo T..., cinquenta e cinco anos, jornaleiro, rua Ramponneau, sem trabalho, pôs fim a sua miserável existência enforcando-se, na noite passada, em seu quarto. / Amanhã a continuação.”

⁴¹⁵ Varelle, *op. cit.* p. 95.

parte da notas, no entanto, sequer chegava ao nível de sofisticação dramática visto nesta citada acima, apresentando-se como textos quase telegráficos, de tal forma curtos que pouco informavam, funcionando quase como um inventário diário das mazelas urbanas:

Crime passionnel

Un crime... passionnel a été commis, ce matin, à l'heure du berger, par un marchand de vin, 87, rue Saint-Antoine, mari trompé, qui a surpris sa femme en conversation prévue, mais criminelle, avec un troisième larron.

Il l'a tuée.

Le meurtrier s'est constitué prisonnier.⁴¹⁶

Ecrasé par un train

Un jeune homme paraissant âgé d'une vingtaine d'années a été trouvé écrasé cette nuit sur la ligne de Sceaux près de la gare de Gentilly.

Le malheureux, dont la mort est due, d'après l'enquête à un accident, était porteur de lettres venant de Marseille et adressées à M. Amédée Azéma, 15, rue Turbigo.⁴¹⁷

Não apenas sangue, mas também casos misteriosos ou quase cômicos preenchiam as sessões de *faits divers*:

Un vieux truc

Il y a deux jours, un individu, disant être le comte de la Villarial, louait avenue Victoria un bel appartement meublé.

Hier, il se rendait chez un bijoutier du Palais-Royal et choisissait pour 3,400 francs de bijoux qu'il demandait à faire porter chez lui pour faire choisir la comtesse.

On se rendit à son désir et hier soir un employé se présentait avec les bijoux à l'adresse indiquée.

Le comte prit les bijoux, passa dans une autre pièce et... on l'attend encore.

L'autre pièce, donnant sur le palier, lui avait permis de prendre la fuite.⁴¹⁸

Difícil deixar de desenhar um paralelo entre tal coleção de *imagens*, fragmentada, de partes autônomas e com um sentido claramente panorâmico, e uma sessão inicial do cinematógrafo Lumière, com o qual também se passava a

⁴¹⁶ Publicado na edição de 18/12/1892 em *La Nation*. “**Crime passional:** Um crime... passional foi cometido, essa manhã, bem cedo, por um mercador de vinho, rua Saint-Antoine, 87, marido enganado, que surpreendeu su mulher com conversa prevista, porém criminal, com um terceiro bandido. / Ele a matou. / O assassino se encontra preso.”

⁴¹⁷ Publicado na edição de 10/12/1895 em *La Poste*. “**Esmagado por um trem:** um jovem aparentando vinte anos foi encontrado esmagado essa noite sobre a linha de Sceaux, próxima à estação de Gentilly. / O coitado, cuja morte se deve, de acordo com a investigação, a um acidente, portava cartas vindas de Marseille e endereçadas ao Sr. Amédée Azéma, rua Turbigo, 15.”

⁴¹⁸ Publicado na edição de 30/12/1895 em *Le Radical*. “**Um velho truque:** há dois dias um indivíduo, dizendo-se conde de Villarial, alugou na avenida Victoria um belo apartamento mobiliado. / Ontem, dirigia-se a um joalheiro de Palais-Royal e escolhia por 3.400 francos jóias que ele pedia que fossem levadas ao seu apartamento para que a condessa fizesse sua escolha. / Seu desejo foi atendido e ontem à noite um empregado se apresentava com as jóias ao endereço indicado. / O conde pegou as jóias, passou até o outro cômodo e... ele ainda é esperado. / O outro cômodo, dando para a escada, permitiu que ele fugisse.”

sensação de onipresença, de acompanhamento quase direto de tudo que se passava de notável – de *espetacular* – no universo de seus espectadores, a sensação de se estar por toda a parte ao mesmo tempo, acompanhando os eventos que tornavam o cotidiano numa experiência original, imperdível e, finalmente, moderna. Folhetins e *faits divers*, não surpreendentemente, recebiam décadas antes o mesmo tipo de crítica que o cinematógrafo viria a encontrar a partir de 1896:

*Le journaliste royaliste Alfred Nettement, de la Gazette de France, et le député de gauche Chapuys-Montlaville dénoncent tous deux les méfaits du roman-feuilleton : « il détourne le public de la politique, incite à la passivité, corrompt les mœurs et le goût, développe l'imagination aux dépens de la raison, suscite l'émotion aux dépens de la pensée. Le roman-feuilleton n'éduque pas le peuple, ce que prétendent ses défenseurs, il le pervertit. »*⁴¹⁹

Mais uma vez, uma crítica que denunciava a valorização do apelo à sensibilidade e aos sentidos, em detrimento do cultivo moral e intelectual. A reformulação dos jornais franceses durante o século XIX produziu inovações tanto em termos de conteúdo quanto de forma. Vale a pena notar, porém, a maneira como cada uma dessas duas instâncias influenciou drasticamente na formulação da outra. O conteúdo se submetia com frequência às necessidades da forma, e vice-versa.

Benjamin, desenvolvendo a questão da informação jornalística⁴²⁰ e suas especificidades, sublinha como uma de suas principais características a suposta autonomia do seu conteúdo. Uma dada informação impressa no jornal não precisava (ainda que pudesse) ter conexão com qualquer outra notícia que eventualmente ocupasse o espaço ao lado. Ela deveria ser breve, inteligível e auto-suficiente, ainda que naturalmente com as relações de intertextualidade inevitáveis. A “informação” *strictu sensu*, porém, deveria bastar por si mesma.

À informação jornalística Benjamin opõe a narrativa, numa rivalidade que ele chama de “histórica”⁴²¹. A primeira buscaria simplesmente transmitir um fato objetivo e autônomo, uma mensagem que poderia ou não produzir algum tipo de sensação ou reação na pessoa, mas que no final acabaria sofrendo descarte, fosse

⁴¹⁹ Feyel, *op. cit.* p. 113. “O jornalista realista Alfred Nettement, da *Gazette de France*, e o deputado de esquerda Chapuys-Montlaville, denunciam ambos os malefícios do romance-folhetim: “ele desvia o público da política, incita a passividade, corrompe os costumes e os gostos, desenvolvem a imaginação em detrimento da razão, suscita emoção em detrimento do pensamento. O romance-folhetim não educa o povo, como pretendem os seus defensores, ele o perverte.”

⁴²⁰ Benjamin, “Sobre alguns temas em Baudelaire.” *Op. Cit.* p. 107.

⁴²¹ *Ibidem*.

por falta de relevância ou por substituição por outra mais nova. A narrativa, por outro lado, teria a pretensão de integrar-se à experiência subjetiva do indivíduo – ao invés de aliená-la.

Não é difícil perceber, contudo, neste contexto jornalístico do século XIX, uma mistura bem significativa entre informação e narrativa. A diferenciação sugerida por Benjamin define duas formas de comunicação contraditórias no campo da experiência, o que não quer dizer necessariamente que ambas se encontrassem apenas em “estado bruto” na sociedade, em permanente oposição. Os *fait divers* e os folhetins eram prova disso. O próprio noticiário de tom mais sensacionalista dependia dessa mistura bem dosada entre a forma narrativa – o que não assegurava automaticamente qualquer assimilação subjetiva – e o informativo, que complementavam-se comercialmente.

A palavra-chave para este casamento é *fidelização*. O uso de uma estrutura narrativa, fosse ela evidente ou subliminar, mostrava-se central para fazer com que o leitor-consumidor no dia seguinte voltasse a comprar o jornal, acompanhando o desenvolvimento (o “próximo episódio”) de uma notícia ou história:

...la technique de ce nouveau genre journalistique : il faut savoir tenir en haleine les lecteurs par une histoire sans cesse rebondissante, les plonger dans un monde qui leur est étranger ou exotique parce qu'il est éloigné historiquement, géographiquement ou socialement, savoir écrire au jour le jour pour ne pas être un jour sans répondre à la frénésie du public, enfin savoir pratiquer la coupe, c'est-à-dire achever chaque feuilleton quotidien sur un « suspense » tel, que les lecteurs se précipitent le lendemain pour connaître la suite.⁴²²

A re-introdução constante de novidades ao público contava também com uma variante: oferecer *mais do mesmo*, o que geralmente queria dizer mais do que já se mostrara bem sucedido. Algo semelhante ocorrerá por volta de 1900 com o cinema. Um processo mais amplo de sedentarização de salas de cinema dependerá de um público fiel que retorna semana após semana para seguir uma dada história em série, ou mesmo para ver um novo filme, mas que repita o estilo do assistido na vez anterior. O público feminino terá aqui um papel fundamental.

⁴²² Feyel, *Op. cit.* p. 112. “...a técnica deste novo gênero jornalístico: deve-se saber prender o fôlego dos leitores através de uma história com reviravoltas incessantes, mergulhá-los num mundo que lhes é estrangeiro ou exótico porque histórica, geográfica ou socialmente distante, saber escolher dia a dia para não ficar nem um dia sem responder ao frenesi do público, enfim, saber praticar o corte, quer dizer terminar cada folhetim diário com ‘suspense’ tal que os leitores se precipitem no dia seguinte para conhecer a continuação.”

Uma sedentarização incipiente pôde ser observada logo no começo de 1896, não ainda em salas especializadas, mas em locais que receberam o cinematógrafo Lumière por temporadas mais longas, como as lojas Dufayel em Paris. Um bom indicador de um começo de fidelização, ainda que tímido, vê-se na simples presença diária do aparelho dos irmãos de Lyon na coluna “Spectacles et Plaisirs Divers” [“Espetáculos e Prazeres Diversos”] em jornais como *Le Petit Parisien* e *Le Petit Journal*. A listagem oferecia horários e locais das principais atrações de Paris. A partir de 06 de fevereiro de 1896 o Cinematógrafo foi incluído ali, dividindo espaço com o Moulin Rouge e o Folies Bergère. Em 23 de abril do mesmo ano a inscrição *Cinématographe* publicada nos jornais foi substituída por *Cinématographe Lumière*, protegendo assim a invenção original das cópias que se espalhavam pela capital.

Resgatando uma frase de Goethe⁴²³, Benjamin fala sobre a questão do desejo no homem como algo que se projeta no tempo, sendo preenchido e estruturado⁴²⁴ pela experiência ano após ano, para com a maturidade concretizar-se. “O desejo realizado é o coroamento da experiência,” diz ele⁴²⁵. O caráter transcendental desse desejar parece claro, não tanto como algo que se encontra ou ganha, mas como um lugar, uma plenitude existencial, ao qual se chega. Ao final deste percurso ter-se-ia, idealmente, uma narrativa, que por sua vez poderia ser considerada como o testamento de um indivíduo ao mundo que ele, finalmente, abandona.

Nada mais diferente do que a idéia de “desejo” observada no contexto da cultura de espetáculos do século XIX. Para a engrenagem da sociedade de consumo que movimentava o jornalismo descrito acima (as novidades apresentadas nas casas de show e, mais tarde, o cinema) “desejo” sofria uma redefinição com o capitalismo. Primeiro, o indivíduo – ou melhor, o consumidor – conhecia a novidade, fosse vendo-a na rua, fosse pela publicidade. Num impulso, atirava-se em direção a ela. Adquirindo-a, finalmente a descartava. Nada de transcendência ou plenitude, apenas o sistema que garantia um acesso fácil e rápido ao objeto de desejo, assim como uma substituição igualmente veloz deste primeiro objeto desejado por outro que ainda não se tinha. Não tê-lo, por sua vez,

⁴²³ “Aquilo que desejamos na juventude, recebemos em abundância na idade madura.”

⁴²⁴ Benjamin, *Op. Cit.*, p. 129.

⁴²⁵ *Ibidem*.

significava manter-se excluído da comunidade (imaginada) de “homens modernos”, do centro da ação, do novo. Significava não participar do estar-no-mundo moderno, não dividir estas mesmas experiências.

Mas quais experiências? A apreensão de um significado subjetivo pelo homem, a incorporação íntima de um sentido, de um *estar-no-mundo* que transcendia o seu cotidiano imediato – elementos que compunham uma experiência de fato –, parecia sofrer a concorrência de uma relação diferente entre o ser e o universo no qual ele atuava. Relação esta que passava inevitavelmente pela idéia de consumo, no caso de sensações imediatas. Seu traço de coletividade por sua vez transmitia ainda outra sensação, a de se fazer parte de uma *verdadeira* experiência, ainda maior, imperdível: a *vida moderna* e o seu fabuloso teatro. A “coletividade” mencionada, entretanto, não sinalizava uma união entre pessoas e suas histórias, mas o inverso, uma atomização radical do indivíduo, que progressivamente tornava-se um solitário na multidão.

Retornando à questão da imprensa no século XIX, e sua participação na formação de um “público” pretensamente universal, de um consumidor que obedecia aos padrões do produto (e não o inverso), deve-se notar ainda que o crescimento da alfabetização e do número de leitores de jornais foi acompanhado pela adoção de um estilo de texto cujo apelo era mais e mais visual. Vanessa Schwartz enfatiza bastante este ponto quando argumenta que “A palavra impressa dava acesso a Paris moderna *enquanto uma imagem*.”⁴²⁶ Ao anunciarem uma novidade, os jornais despertavam um tipo de curiosidade “horizontal” na sociedade: homens, mulheres, crianças, indivíduos de diferentes origens, idades e classes sociais, todos esperavam ver por si mesmos na rua, com os próprios olhos, aquilo que haviam lido antes na imprensa.

*The visual representation of reality as spectacle in late nineteenth-century Paris created a common culture and a sense of shared experiences through which people might begin to imagine themselves as participating in a metropolitan culture because they had visual evidence that such a shared world, of which they were a part, existed.*⁴²⁷

⁴²⁶ Schwartz, *Op. Cit.* p. 16. Não grifado no original.

⁴²⁷ *Ibidem*, p. 6. “A representação visual da realidade como um espetáculo na Paris do final do século XIX criava uma cultura comum e um senso de experiências compartilhadas através dos quais as pessoas podiam começar a se imaginar participando de uma cultura metropolitana, pois tinham provas visuais de que tal mundo compartilhado, do qual elas faziam parte, existia.”

A participação da imprensa como produtora de imagens mostrou-se central no processo de formação de um “público” moderno – primeiro de uma nascente indústria de entretenimento, mais tarde do cinematógrafo. Ela fez ressoar pelos centros urbanos sensacionalismo, desejo, curiosidade, choque, tudo através de mensagens que cruzavam limites de idade, sexo e condição social. Os jornais populares amarravam estes diferentes personagens, dando-lhes a sensação de que participavam todos de um grande espetáculo, a transformação de seus cotidianos em algo absolutamente novo, frenético. Tal espetáculo se dava em casas especializadas, porém seu verdadeiro palco encontrava-se nos bulevares, na multidão, na rua. Neste contexto, “realismo” tornava-se categoria indispensável, e “vida” o grande tema.

II

“Cenas modernas primordiais,”⁴²⁸ assim Marshall Berman se refere ao conjunto de situações e personagens cotidianos transformados em arquétipos da modernidade através da imprensa do século XIX. Usa como exemplo maior Baudelaire, cujo *Spleen de Paris* foi inicialmente apresentado ao público em formato folhetim. No caso baudelaireano, ele identifica nessas figuras “uma ressonância e uma profundidade míticas que as impelem para um além de seu tempo e lugar...”⁴²⁹. O mito se forma quando da “qualidade essencial de presente”⁴³⁰ destas cenas destaca-se um elemento poético de transcendência – ou quando, em termos benjaminianos, se dá “alma” à multidão.

O movimento das ondas em *Barque Sortant du Port* (cat. 09), das folhagens ao vento em *Repas de bébé* (cat. 88), ou mesmo da fumaça dos charutos em *Partie d'écarté* (cat. 73), tem esta mesma qualidade mítica, na medida em que reintegra o espectador ao seu meio ambiente, tornando novamente visíveis elementos do *estar-no-mundo* para os quais ele havia perdido a sensibilidade. A força das imagens Lumière, e não tanto o tema ilustrado na fita, fazia com que o homem cresse poder superar a morte.⁴³¹ Eis a “ilusão da vida” já observada anos antes nas pantomimas de Reynaud, quando suas figuras apareciam pintadas à mão, sem o

⁴²⁸ Berman, *Op. Cit.*, p. 144.

⁴²⁹ *Ibidem.*

⁴³⁰ Baudelaire, *Op. Cit.*, p. 547.

⁴³¹ “...a morte deixará de ser absoluta.” *La Poste*, 30 de dezembro de 1895. IN: Emmanuele Toulet, *Cinema, invenção do século*. p. 134.

suposto “realismo” da imagem fotográfica, porém provocando reação análoga. Esse mesmo “realismo” não foi necessário para fazer os espectadores enxergarem aquelas figuras *como se fossem* “de carne e sangue”⁴³².

A grande questão aqui, tão sutil quanto determinante, está na tensão entre tal poder de reintegração da experiência moderna e, inversamente, o impulso em padronizá-la para venda e consumo em massa. Neste processo, a ilusão criativa da vida, seu conteúdo, sofria um esvaziamento em função da produção de um simples *efeito* – por exemplo, um choque –, afastando o olhar do observador de um modelo de interioridade. Obviamente, as duas alternativas não se encontram tanto em estado bruto na natureza, separadas de forma radical, mas coexistindo, alternando-se.

A “vida” – não a que compõe a ilusão reintegradora, mas a experiência de fazer parte de uma comunidade imaginada, com um olhar supostamente universal sobre os fenômenos cotidianos, aos quais deve-se reagir de maneira estandarizada, assim como a sua narrativa – transformava-se em tema, mas também em *gênero* literário-cinematográfico. Explorada comercialmente, a representação da “vida” colocava em segundo plano a sua capacidade de reintegração sensível, apostando ao invés disso na *tematização* de seus elementos. O mais forte deles era o realismo.

O realismo tão buscado e explorado no teatro da vida moderna, sua importância absoluta, quase obsessiva, tinha menos a ver com a conquista de tecnologias que aparentemente diminuía a interferência humana na produção de representações – então “mecânicas”, “objetivas” – e mais com a importância crescente da *visibilidade* dentro da cultura de massa que se desenhava a partir do século XIX. A fotografia, ao mesmo tempo que se colocava a serviço desta paixão pelo realismo, atiçava o seu apetite tornando-se progressivamente mais simples, instantânea e móvel.

Partindo de um olhar antropocêntrico sobre o século XIX, poder-se-ia alegar que primeiro com a fotografia, e depois com o cinema, o homem se deparava com exemplos de representação que alcançavam um “nível” de realismo “nunca antes visto”. A asserção, embora soe naturalmente óbvia, é no mínimo duvidosa, na medida em que leva em conta graus diferentes de acesso direto ao “real”, os quais

⁴³² Henri de Parville, citado por Schwartz, *Op. Cit.* p. 182.

se conquistam conforme as tecnologias de reprodução evoluem – como seu houvesse uma escala linear e objetiva de realismo cujo grau máximo traduzir-se-ia por uma experiência total (via representação) da “vida” tal como ela *seria*.

A própria idéia de uma “experiência total” aponta para o inventar, através da mecanização, de uma plataforma de observação universalista de onde indivíduos poderiam contemplar um mesmo objeto através de um mesmo *olhar*, resultando na apreensão de uma mesma “realidade”. Em tese, um simples som, cheiro, toque ou imagem (fotográfica ou não) seria o bastante para ativar na memória de um indivíduo uma referência que, subjetivada, levaria a sua sensibilidade a um diferente momento, a um outro *estar-no-mundo*, cuja experiência lhe foi – e ainda pode ser – bem “real”, reintegrando-o ao seu meio ambiente de origem, ou ainda o inverso, impulsionando-o em direção a uma zona sensível sobre a qual ele mesmo não tem uma compreensão lógica e formulada.

O “realismo” celebrado pela cultura de espetáculos, diferentemente, exteriorizava ao máximo a relação entre o observador e a imagem – que não deveria tanto ser incorporada, mas sucedida por outra que a substitui. Uma dada reprodução seria tanto mais “real” conforme seu elemento de *visibilidade* fosse exaltado, estimulando os sentidos e provocando efeitos. A exteriorização desse processo faria com que “realismo” se traduzisse por um fenômeno necessariamente coletivo, já que a sua legitimidade dependia da confirmação de que uma mesma imagem, uma mesma *visão*, fora experimentada por mais de uma pessoa simultaneamente (o *público*). O “realismo” como temática, novamente, não se dá pela apreensão íntima e transcendental de um determinado *estar-no-mundo*, mas pela confirmação de que uma mesma imagem é consumida coletivamente – imagem que promete um olhar sobre a “vida” ainda mais “real” que a própria vida, mais poderoso, mais estimulante, mais espetacular.

Deve-se notar ainda que a valorização da visibilidade na cultura de espetáculos não representava simultaneamente uma capacidade maior em *ver*, em *enxergar*, em incorporar através dos olhos um conteúdo específico ou mensagem. Jonathan Crary enfatiza o ponto, ainda tratando do problema da atenção:

(...) *spectacular culture is not founded on the necessity of making a subject see, but rather on strategies in which individuals are isolated, separated, and inhabit time as disempowered. Likewise, counter-forms of attention are neither exclusively nor*

*essentially visual but rather constituted as other temporalities and cognitive states, such as those in trance or reverie.*⁴³³

A concentração de grandes multidões nos centros urbanos provocava, num paradoxo, a atomização social dos indivíduos. Estes, ao mesmo tempo que levavam a cabo as suas atividades diárias, participavam de uma comunidade imaginada na qual “vida”, enquanto narrativa e estímulo, era objeto de consumo (enquanto *a vida* tornava-se mais e mais repetitiva, mecanizada e padronizada).

Os membros do *público*, molde comercial ao qual o espectador-indivíduo deveria se adaptar, faziam parte de uma comunidade imaginada – cunhada sobretudo pela imprensa – através da qual se experimentava e reagia de forma padronizada ao grande espetáculo da “vida” e aos estímulos de seu “realismo”. Deve-se agora fazer o caminho de volta, tentando entender de que maneira estes indivíduos, sem dúvida seres criativos, portadores de uma sensibilidade particular, se adaptaram (ou reagiram) a tal padronização, assim como à revolução de seus sentidos empreendida pela experiência moderna.

⁴³³ Crary, *Op. Cit.*, p. 3. “(...) cultura espetacular não é fundada na necessidade de fazer uma pessoa *ver*, mas em estratégias através das quais indivíduos são isolados, separados e *habitam o tempo* como indivíduos sem poder. Similarmente, formas opostas de atenção não são exclusiva nem essencialmente visuais, mas constituídas como outras temporalidades e estados cognitivos, como aquelas no transe ou na *reverie*.”