



A circulação e a escuta: tentativas de hegemonia cultural na mídiatização¹

Victor Emanuel Folquening²

Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos).

Resumo

A ambição do artigo seguinte é refletir sobre uma estratégia específica de hegemonização de padrões de qualidade estética, dentro de uma categoria reconhecida como “crítica de produtos culturais”, em face ao crescente processo de mídiatização da sociedade. A hipótese de partida acompanha o raciocínio, desenvolvido entre outros por Verón (2005) e Fausto Neto (2005, 2006), de que a característica mais marcante dessa nova “ambiência” é a lógica de circulação das mensagens, superando modelos comunicacionais que privilegiam, como fator analítico, a emissão e a recepção.

Palavras-chave

Epsitemologia; teorias; mídiatização.

A circulação das mensagens no mundo contemporâneo, por seu caráter dispersivo e novos níveis de escalonamento, gera ambiguidades quanto ao reconhecimento público das obras referenciais da cultura. Nesta nova natureza sócio-tecno-organizacional, “passamos de estágios de linearidades para aqueles de discontinuidades, onde noções de comunicação, associadas às totalidades homogêneas, dão lugar àquelas de fragmentos e de heterogeneidades” (Fausto Neto, 2006, p.3). É possível que instituições marcadas por parâmetros ainda calcados na cultura em que a *escrita* ocupa papel central, como a crítica profissional, procurem desenvolver estratégias de assegurar a própria relevância como norteadoras do consumo da arte e entretenimento. Trata-se de um esforço “reacionário”, no sentido literal da palavra, pois promete o re-estabelecimento de uma cultura de hegemonia de critérios estéticos, eleitos por peritos outrora discutidos apenas entre os pares, nessa época de maior complexidade da circulação e, por conseqüência, da fruição dos produtos engendrados nela. Como observa Verón, os efeitos das operações mídiáticas, “lejos de producir homogeneización (es decir, cristalización de las estructuras organizacionales de la sociedad), son generadores de complejidad, y, por lo tanto, de cambio” (Verón, 2005, p. 134).

¹ Trabalho apresentado ao DT 08 – Estudos interdisciplinares de Comunicação do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2011.

² Doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos.



Em “A Sociedade Enfrenta sua Mídia” (2006), pesquisa em que investiga o “sistema de resposta social”, José Luís Braga não se preocupa em definir claramente um conceito para “crítica”, confiando pragmaticamente na expressão como ela soa de forma mais ou menos consensual. Não nos afastamos desse modelo no artigo presente, mas, por questões práticas, reconhecemos aquela crítica que se autodefine como especialista – por isso tem reconhecimento público, e, pelo uso cotidiano, se apresenta como foco privilegiado de qualificação, separação e hierarquização dos objetos da cultura. Desse modo, e apenas para a tarefa momentânea, não consideramos aqui a “resposta social” não-profissional (comentários em blogs, cartas à redação, etc.) como “crítica”.

Os objetos dessa análise são os sites Rotten Tomatoes³ (RT) e Metacritic⁴ (MC), dedicados a publicar rankings de produtos culturais lançados, sobretudo, no mercado cultural norte-americano. A peculiaridade desses projetos é a adoção de um método estatístico de valoração dos produtos, amparado em publicações variadas, na web e fora dela, das críticas de cinema, televisão, música e jogos eletrônicos circulantes. Parece que RT e MC procuram responder a pelo menos dois fenômenos possíveis da midiatização da sociedade (especialmente no papel que a web desempenha nesse processo): a) a valorização da opinião não especializada, em virtude dos inúmeros mecanismos de expressão (p. ex., as redes sociais), como substituição ao crivo crítico perito; b) o crescimento geométrico das possibilidades de expressão e opinião, sendo disponibilizadas sem ordem específica ou, pelo menos, em sistemas que não obedecem, necessariamente, à construção do cânone, artístico ou intelectual.

Mais adiante, a análise se detém na trajetória de um seriado televisivo norte-americano, *The Wire* (A Escuta), que na repercussão de suas reprises, vendas ou locação de DVDS e downloads em sistemas *peer-to-peer* (E-mule, Bit-torrent, etc.) cumpre carreira de fortuna crítica desde que foi cancelado pelo canal a cabo HBO, em 2008. O fato peculiar é que o produto tenha sido considerado um fracasso de público, ameaçado várias vezes de interrupção precoce (há intervalos de um ou dois anos entre algumas temporadas, procedimento incomum na programação de TV), e jamais tenha recebido prêmios tradicionais (como o Globo de Ouro e o Emmy). MC, por exemplo, considera a quarta entre as cinco temporadas de *The Wire* “the best television show ever made”⁵, sintetizando o rol de críticas que colocam o produto em primeiro lugar entre

³ www.rottentomatoes.com

⁴ www.metacritic.com

⁵ <http://www.metacritic.com/browse/tv/score/metascore/all?sort=desc>



todos já avaliados pelo sistema desenvolvido pelo site (à frente, por exemplo, dos muito prestigiados – e populares – Sopranos, Simpsons e Seinfeld). Nesse item da análise, refletimos sobre as possibilidades de expressão, nessa nova escala de circulação, para além da lógica meramente econômica, mesmo em produtos comerciais, distribuídos segundo essa perspectiva, e apesar da negligência circunstancial sobre tais produtos.

Por que a crítica profissional sugere interação escrita?

A tradição na qual se consagrou o ofício da crítica cultural é delineada por um reconhecimento público da habilidade intelectual do crítico, capaz, por força da profissão, de identificar, selecionar, hierarquizar e indicar para o consumidor quais produtos escolher ou mesmo gostar. Nos momentos mais prestigiados da crítica, saber qual era o livro, filme, disco mais imprescindível era basicamente consultar os especialistas. Críticos de prestígio, publicados por impressos respeitados, nos ofereciam um mapa do que gostar. A forma de vida tecnológica “no ar”, típica do processo de midiaticização, abstrai o ator individual, que passa a ter presença e frequência indefinidas e imprevisíveis nos espaços em que a circulação atinge o usuário.

Às vezes, na típica mediação pela escrita, o público “educado” não entrava imediatamente em consonância com a opinião do crítico, mesmo assim o abandono da referência não era norma – do contrário, a periodicidade das colunas críticas não prosperaria. É possível que Kenneth Tynan, celebrado crítico inglês, escreva que certo trabalho do cineasta G. W. Pabst é brilhante [“*A Caixa de Pandora* está entre os poucos filmes que conseguem melhorar uma obra-prima do teatro” (2004, p. 294)⁶] e o cinéfilo bem-informado se esforce, mesmo contra sua disposição inicial, para tentar ver o filme sob os novos ângulos fornecidos. *O que há de bom nesse filme?* Alguma coisa, com certeza, já que o perito em quem você confia (publicou tantos livros, escreve brilhantemente, conhece os autores pessoalmente, é citado pelos outros, etc.) enxergou algo fora do comum ou digno de elogio ali.

Tal relação sugere um contrato de confiança incomum na época da midiaticização, pois agora o contraponto passa a ser tão acessível que a opinião canônica raramente resiste. Diz Giddens (1991) que “a natureza das instituições modernas está profundamente ligada ao mecanismo de confiança em sistemas abstratos” (p. 87), o que supõe, pelas características de distanciamento e “desatenção civil” da sociedade atual,

⁶ Publicado originalmente na revista *New Yorker* em 11 de junho de 1979.



uma necessidade de se amparar em relações “sem rosto”, ou seja, sem a proximidade física, geradora de confiança, no perito. Podemos dizer que o “rosto” representado pelo reconhecimento social urdido em uma cultura escrita, intelectual, perde gradativamente a importância no caso das referências de padrão estético “elevado”. Em primeiro lugar, sem hierarquia de prestígio, um adolescente competente nas estratégias de circulação de seu twitter ou blog pode “desautorizar” críticos prestigiados, mesmo que estes sejam formados em Harvard e jornalistas de uma revista canônica como a *New Yorker*.

De fato, a própria internet oferece ambientes de consenso entre os praticantes da crítica “senso comum”⁷. O culto à celebridade, que vive seu ápice graças às centenas de formas de *following*, dá mais amplitude ao comentário de um artista pop (que, como todos, consome produtos culturais e eventualmente opina sobre eles, em entrevistas ou nas redes sociais) do que ao jornalista tido como “culto”⁸.

Como então eleger os melhores produtos da cultura? Se confiamos que a opinião majoritária de profissionais “qualificados” pode fornecer um roteiro seguro para a arte, alguns mecanismos oferecem método que, se confiamos nessa passagem de *modus vivendi* tecnológico, como propõe Lasch, é descrito para essa categoria – a crítica de arte/entretenimento – como ultrapassado e até mesmo mitológico: a média matemática.

Novas operações de peritagem

Naturalmente, a “invasão” da opinião “não-autorizada” nas bordas da circulação gera um predomínio estético altamente subjetivista, com textos impressionistas sobre as obras em circulação. Expressões como “na minha opinião” ou “eu acho” são muito mais frequentes do que critérios técnicos ou estratégias de distanciamento. De modo geral, os comentários que lemos sobre os produtos culturais, vindos dos que são apresentados como “especialistas” ou, pelo menos, “muito sensíveis”, são baseados exclusivamente na relação pessoal do descritor com o retratado, de uma forma tão intensa que podemos dizer que mesmo a crítica “profissional” se deixa influenciar por um estilo de aproximação mais “pessoal”.

⁷ Um blog que reúne os links para 30 outros é o Sociedade dos Blogs de Séries. Na eleição desse grupo, o melhor seriado da década é **Lost** (<http://sociedadedeblogsdeseries.wordpress.com/2010/03/27/top-20-melhores-series-da-decada-parte-10/>) e **The Wire** não aparece entre os vinte primeiros colocados.

⁸ Inúmeros casos mostram a força do estrelato nas indicações de consumo cultural, como a famosa dica semanal de literatura da apresentadora de TV norte-americana Oprah Winfrey. O escritor Paulo Coelho “engordou” ainda mais seus excelentes índices de vendas, nos Estados Unidos, quando o então presidente Bill Clinton se declarou fã do livro “O Alquimista”, best-seller duramente criticado pelo jornalismo especializado na mesma época.



O fenômeno pode ser visto como resultado da generalização de um estado de ser, no mundo contemporâneo, descrito por Scott Lasch como “forma tecnológica de vida”, que, entre outras novas nuances, substitui o constructo a partir do passado pela *vivência*, uma “atitude natural”. Nas palavras do sociólogo, “una actitude natural privada de memória e historia, sin la ‘intersubjetividad prolongada’, sobre la cual escribieron Schutz, Gadamer y Ricouer” (2005, p. 131). Essa *des-sublimação* da tradição tem consequências ainda mais amplas, consagrando, por exemplo, os critérios econômicos imediatos (o “sucesso” comercial) em detrimento da resistência intelectual ao produto da moda.

Se por um lado o esparimento dos referenciais para o cânone retira de determinada categoria o privilégio de estabelecimento do prestígio cultural, por outro é lícito supor que o público se sinta carente de indicativos uniformes. Mas como confiar? O que faz de uma crítica ou rol de críticas algo mais “verdadeiro” e confiável do que outros? RT e MC se inserem no esforço de oferecer esses parâmetros, incorrendo, no entanto, em um paradoxo: ao se situarem em um novo contexto de circulação nos quais se reconhecem cada vez menos parâmetros universais de qualidade, recorrem a métodos estatísticos, absolutizantes, de referência.

O sistema abstrato de confiança, refletido por Giddens, tem aí um avatar curioso: a lógica matemática endossa a instituição, que atrai seus correligionários a partir do “empréstimo” de prestígio dos críticos que formam o corpus de observação. Estes, individualmente, são pouco relevantes na categorização dos produtos culturais – mas em uníssono, mesmo que por parâmetros obscuros (o que faz de uma crítica “boa” ou “ruim”, além das palavras-chave detectadas em escala?), prometem dar ao público o receituário do “bom gosto”.

A passagem da opinião especializada individual, do crítico, para um discurso hegemônico segue uma trajetória de estabelecimento de *confiança*, de resto já incorporada pela mídia. Como diz Roger Silverstone, “pelo aprendizado de confiar nos outros, aprendemos, de uma maneira ou de outra, a confiar nas coisas. E, do mesmo modo, pelo aprendizado de confiar nas coisas, aprendemos a confiar nas coisas abstratas” (2005, p. 220).

RT e MC não são apenas experiências midiáticas de primeira ordem. São ambientes metamidiáticos, investidos da promessa de reunir e sintetizar o discurso de outros veículos e atores. Eles funcionam porque seu público confia que as sínteses são representativas da opinião especializada geral sobre os produtos monitorados. Ainda nos



apropriamos de Silverstone: “A mídia são sistemas abstratos em que confiamos, que reforçam nossa prontidão a confiar em outros sistemas abstratos e fornecem uma estrutura para confiarmos uns nos outros” (p. 223).

Como funcionam RT e MC

Como já dissemos, sites como www.rottentomatoes.com e www.metacritic.com desenvolveram formas de medir, em conteúdo e quantidade, o que consideram críticas “positivas” e “negativas” dos produtos culturais sobre os quais prometem vigilância. Na maioria das vezes, os índices numéricos dissolvem até a eventual discordância a respeito de um filme (no caso de RT e MC) ou de um seriado, lançamento musical ou de jogo eletrônico (no caso de MC), já que 50% de críticas positivas é uma marca considerada ruim para o RT e mediana para o MC. A expressão que legitima tal esforço de hegemonização dos critérios de qualificação de um filme é o operador semântico “consenso”, indicado logo abaixo do título de cada produção avaliada pelo RT⁹. Quando ainda são publicadas poucas críticas a respeito da película (menos de cinco), a expressão é “no consensus yet”. A despersonalização das críticas, provocada pelo sistema estatístico, enseja o “enlevo no ar” descrito por Lasch. O “lugar” do RT e do MC “no se caracteriza por una multiplicidad de identidades sino por la ausencia de identidad” (Augé, 1995, apud Lasch, 2005, p. 51), portanto, “su contexto es ningún contexto em absoluto. Su diferencia es la indiferencia” (idem), por mais que, contraditoriamente, a concentração “absoluta” de dados seja um evidente esforço de referência “sólida”.

Para o Rotten Tomatoes um filme é considerado “fresh” (representado por um tomate fresco) se possui, entre os colunistas monitorados (predominantemente norte-americanos), mais de 60% de críticas favoráveis. Menos que isso e a película ganha “rotten” (tomate podre). A escuta é feita a partir de expressões demarcadas (a ligação entre adjetivos e substantivos, etc.) num rol de críticas publicadas em periódicos tão distintos quanto o Christian Science Monitor e a revista New Yorker (os critérios de privilégio de observação são, segundo o site: “a top 100 daily US newspaper; a top 100 weekly US newspaper; a top 100 magazine; a top 10 entertainment-based publication”, além de materiais de rádio, televisão e publicados online, sem deixar claro como se

⁹ Por exemplo, http://www.rottentomatoes.com/m/1194522-how_to_train_your_dragon/news/1876738/critics-consensus-emhow-to-train-your-dragonem-is-certified-fresh/



procede a eleição dos “melhores” veículos)¹⁰. Os críticos podem se inscrever no RT, mas precisam atingir índices de relevância, como manter a atividade de crítica há pelo menos dois anos.

Um filme consagrado no RT chega a 150 críticas positivas, que podem ser reproduzidas a partir do próprio site. O que promove resultados inusitados: até recentemente, o “melhor filme de todos os tempos”, considerando os critérios matemáticos do site, era a animação infantil Toy Story 2 (1999), com 146 detecções, todas elogiosas.

Os critérios de exatidão aproximada pretendidos com o sistema desautorizam várias tradições da velha crítica consagrada pelo impresso e consumida pelo “público letrado”. Exemplos:

- a) A oportunidade de um filme infantil superar obras conceituais e reconhecidas como “adultas”, como Encouraçado Potemkin (1925) e Hiroshima Mon Amour (1959).
- b) Também se trata de uma produção recente, incapaz de assegurar a fama como “influyente”. Para os críticos da famosa revista Cahiers du Cinema, nos anos 60, por exemplo, não havia dúvidas dos méritos de Cidadão Kane (1941) justamente porque vinte anos depois do lançamento do filme já era possível avaliar o quanto a produção de Orson Welles havia deixado marcas na linguagem cinematográfica, situação descrita com o clichê “Cidadão Kane mudou a forma de se fazer cinema”.
- c) A eleição “fria” (pois matemática) de uma sequência desautoriza a “originalidade”. Não há como negar que Toy Story é uma franquia. Não se tratam apenas de filmes de animação, mas de um complexo econômico que envolve brinquedos, roupas, jogos, parques temáticos. Pelo menos nesse caso, as estatísticas se recusam à militância ou à crítica marxista. Recentemente, parte da imprensa brasileira passou a elogiar o diretor José Padilha por produzir “cinema engajado”, ressaltando que as qualidades estéticas de seus filmes Tropa de Elite (2008) e Tropa de Elite 2 (2010) se misturam com a “importância política”. A máquina estatística do Rotten Tomatoes não parece ter assumido os mesmos vetores. Sua avaliação, na circulação a partir do mercado norteamericano, foi de 54% para o primeiro

¹⁰ http://www.rottentomatoes.com/help_desk/critics.php



filme (baseado em 34 releases) e sem comentários críticos entre os monitorados para o segundo (até 22 de dezembro de 2010). Não há “dor” no deleite associado ao consumo de um personagem Disney, assim como uma suposta “leitura crítica da sociedade” não ajuda Tropa de Elite a galgar posições mais honrosas no ranking.

O Metacritic é descrito em seu expediente como um projeto de três ex-advogados “que encontraram uma forma menos rentável e mais construtiva de usar o tempo”¹¹ e abraça não apenas filmes de cinema, como o RT, mas também programas de televisão (seriados, reality shows, documentários), jogos de computador e CDs musicais. O prejuízo, em relação ao RT, é que todo o conteúdo avaliado é posterior a 1999, quando o site foi criado. Ou seja, produtos lançados originalmente antes são descartados. Mesmo assim, links do site apontam para seções como “All time” (todos os tempos), que coloca em ordem todos os produtos ranqueados de cada gênero. Um dos três “melhores discos de todos os tempos”, pontuados igualmente no ranking do MC, por exemplo, é o álbum Pinkerton, da banda de rock Weezer, lançado em 1996 e relançado em novembro de 2010¹². Além disso, o escopo de monitoramento é mais modesto: o ranking dos filmes é baseado em 47 publicações online de veículos que circulam nos Estados Unidos; de música em 53 veículos; sobre TV em 37 publicações e, de jogos eletrônicos, em 145 veículos – muitos destes europeus¹³.

A história da iniciativa pessoal aliada à ideia de que mesmo o divertimento se torna objeto da circulação econômica, sintetizado no discurso de fundação do MC (administrar o site é *menos* rentável, mas sustentável), não é o único elemento previsível nessa sociedade em que a força dos padrões econômicos ainda pauta a lógica de interação. Soma-se a isso o apelo do presente como panorama absoluto de vivência. *Não há passado* anterior ao Metacritic, a não ser que o antigo se renove conforme os interesses de mercado. O mesmo álbum de rock eleito como “melhor de todos os tempos”, originalmente distribuído a partir de meados dos anos 90, não seria sequer reconhecido caso uma nova edição do produto não fosse proporcionada pela gravadora.

¹¹ <http://www.metacritic.com/about-metacritic>

¹² http://www.metacritic.com/browse/albums/release-date/available/metacritic?view=hero&num_items=100&tag=supplementary-nav;item:5

¹³ https://metacritic.custhelp.com/app/answers/detail/a_id/1508/session/L3Nuby8wL3NpZC9DOFVxQkczaw==



Por ser um ambiente da web, MT consegue reunir num mesmo espaço produções distantes entre si. E ao se preocupar menos ainda que o RT em identificar o veículo e a procedência de cada crítico monitorado, abstrai as relações de espaço. *Tanto faz* se a crítica é proveniente de Boston ou de São Paulo, uma vez que o critério mais premente e divulgado é o de atualidade ou mesmo de antecipação (nisso se assemelhar ao RT: o uso de sessões “upcoming” – ou “os produtos que serão lançados em breve”). A construção de um espaço que envolve todos os espaços solapa a existência de um tempo equivalente ou capaz de permitir fruição e reflexão sobre os produtos. Os arquivos são conservados nas camadas “de fundo” dos sites, mas sua pertinência é reduzida à medida os novos produtos agendados pelo mercado ocupam a primeira visualização. Para Scott Lasch, os meios, “a la vez que mediatizan grandes distancias espaciales, son tan inmediatos que no dejan tiempo para una mediación significativa” (2005, p. 134).

Os seriados de TV como produto “novo” da cultura

A relação com as séries de TV são muito significativas do fenômeno de “escala” da consagração de valor dos produtos culturais nesse momento histórico de midiaticização. Na segunda metade da primeira década do século se tornou comum ler críticas altamente elogiosas a produtos televisivos em contraposição ao que se chamou muitas vezes de “empobrecimento do cinema”. Para muitos, vivemos a “Era de Ouro” da TV graças ao grande investimento em séries que gozam de boa audiência e prestígio entre críticos. O criador da série norte-americana *House M.D.*, David Shore, acredita que, a partir do final dos anos 90, a “qualidade do texto” fez com que os produtos televisivos superassem os cinematográficos: “A televisão é o meio em que você quer estar hoje, nos EUA, se você é um roteirista”.¹⁴

Os motivos para tão repentino prestígio são relativamente fáceis de elencar: a duração mais flexível dos produtos audiovisuais, conforme os formatos adotados; o predomínio do texto, do roteiro – que exige mais talento do que a aplicação de efeitos especiais, cada vez mais imprescindíveis no cinema; maior liberdade em produtos que custam menos; novos padrões tecnológicos que melhoram o desfrute dos produtos televisivos – a máquina cheia de “fantasmas” e imprecisa da época de McLuhan dá lugar a telas com alta definição, som superior ao de muitas salas de cinema, multiplicidade de canais; a individualização do consumo – podemos ver TV sozinhos e na hora que

¹⁴ Citado pelo crítico de cinema e tv Cássio Starling Carlos na entrevista publicada em <http://tv.globo.com/ENT/Tv/Seriados/House/0,,AA1668904-7231,00.html>



preferirmos, fenômeno que se tornará predominante com a popularização da TV digital. Como nos lembra Fausto Neto (2006), cada vez mais pessoas deverão ver menos os mesmos programas.

Mas é mais difícil mapear como se processa a mudança de perspectiva sobre as possibilidades criativas do objeto televisivo. Em que ponto ultrapassamos (quando ultrapassamos) a restrição intelectual à TV, vista como o mais significativo projeto de hegemonização estética e ideológica já criado? Ignacio Ramonet, por exemplo, não tem dúvidas de que a complexidade apontada pelo colega argentino é submetida ao poderio comunicacional norte-americano: “Este fenómeno planetário produce una espécie de homogeneidad cultural, con la tendencia cada vez más pronunciada a crear un mundo en que las referencias culturales sean las mismas, y casi siempre con la misma origen: Estados Unidos. Y esta homogeneización cultural favorece la producción de un imaginario común” (Ramonet, 2005, p. 14).

O fato é que os seriados são um fenômeno cultural típico dos novos tempos. Embora existam, em forma de *soap opera* ou comédia ligeira desde a invenção da TV, foi recentemente que passaram a ser uma das pontas de lança do mercado, rivalizando com o próprio jornalismo e os programas esportivos na importância declarada pelas redes de televisão. A rapidez com que são produzidos e exibidos (a maioria tem episódios semanais) gera mercados paralelos de desfrute, especialmente dependentes da web. Um exemplo do tipo de operação para a qual formato e atualidade do seriado são ideais na circulação contemporânea é a disputa entre grupos de legendagem. Voluntários se apresentam em sites como o www.legendas.tv para, logo depois da primeira exibição nos países de origem, fazer downloads de episódios de seriados, traduzir, legendar em português e sincronizar as legendas. Mais do que filmes em cartaz no cinema (cujas primeiras circulações “piratas” são de baixa qualidade, pois as produções são filmadas com câmeras de mão dentro das salas de cinema), os eventos televisivos mais populares são disponibilizados de forma gratuita, com qualidade igual à exibida originalmente e *acrescidos de legendas em português*, poucas horas depois da apresentação oficial.

Graças a movimentos subversivos como esses – “piratas” – é que seriados como *The Wire* ultrapassam a audiência modesta que despertaram no ambiente de origem e passam a circular construindo novas significações. Se RT e MC são esforços de hegemonia do coletivo, projetos de distribuição ancorados pela produção de legendas são projetos colaborativos de reelaboração.



The Wire

O seriado *The Wire* (A Escuta), exibido pelo canal HBO entre os anos 1999 e 2008, passou despercebido pelo público regular do gênero e mesmo pelas principais premiações. Cada uma das cinco temporadas tratou de um aspecto da decadência econômica e social da cidade norte-americana de Baltimore. Suas primeiras abordagens se ocupavam das tensões entre burocracia, interesse político e corrupção policial no combate ao tráfico de drogas. Em seguida, a trama se multiplicou pelas complexidades do sistema portuário da cidade, da educação e da mídia.

Observadores acreditam que o enredo (longo e baseado na história de centenas de personagens), a falta de protagonista evidente ou de atores famosos e/ou atraentes e a predominância de elenco negro contribuíram para os baixos índices. A audiência da última temporada não passou de 1,2 milhão de espectadores em média, por episódio, enquanto *Sopranos*, por exemplo, registrou mais de 8 milhões¹⁵. Em dezembro de 2010, *Two and a Half Man* (da rede CBS) registrava médias de aproximadamente 15 milhões de espectadores. O esportivo *Sunday Night Football* (da NBC), para efeito de comparação, atrai quase 22 milhões de televidentes por programa.

Mesmo na evidência do prejuízo, em um mercado regulado pelas receitas publicitárias, a HBO decidiu manter o programa no ar sem mudar estrutura, ritmo ou abordagem. O criador, produtor e principal roteirista, o ex-jornalista David Simon, ao ser questionado pela imprensa sobre “mudanças necessárias” para agradar ao público, respondeu: “Meu padrão de qualidade é: foda-se o espectador mediano”¹⁶.

O jornalista brasileiro, radicado em Londres, Ivan Lessa diz que um crítico, Charlie Brooker, colunista do jornal *The Guardian*, é “quase o único” responsável pela atenção que *The Wire* recebeu em circuitos especializados¹⁷. Por algum tempo, a crítica especializada acompanhou o público e “ignorou” *The Wire*, mas a persistência de determinados atores individuais, como David Simon e Charlie Brooker, recolocou o seriado “no jogo”, de modo tão eficiente que os mecanismos pró-hegemônicos, sobretudo o *Metacritic*, passaram a compartilhar o esforço de divulgar e prestigiar a produção. Em certa medida, o próprio discurso de exclusão favoreceu o status de produto “cult”, atraindo espectadores temporões. A tensão entre “pontas” na circulação

¹⁵ <http://urbanfervor.wordpress.com/2008/01/13/on-the-smallish-audience-for-the-wire/>

¹⁶ <http://qualquercinema.com.br/?tag=the-wire>

¹⁷ <http://oglobo.globo.com/cultura/mat/2010/06/18/ivan-lessa-vuvu-patriotadas-916916343.asp>



cria aí um circuito interessante: a existência (e sucesso, ainda que tardio) de *The Wire* mostra uma resistência altamente competente às estratégias de hegemonização, mas, paradoxalmente, a mesma eficiência circulatória reforça o sistema – afinal, agora o MC “reconhece” o valor de *The Wire*, que *passa a existir*.

The Wire perdeu a corrida comercial, mas vem construindo reputação cada vez mais intocada na distribuição possível por mecanismos como as redes de trocas de arquivo pela internet. A circulação garantiu novo status – o que mostra ainda uma conseqüência à moda antiga: os peritos anunciam o que o público deve gostar e, nesse caso em particular, apreciar a obra é participar de um grupo muito mais restrito.

Conclusão

Se na era da informação uma opinião é tão boa quanto outra, o esforço para se determinar critérios universais de reconhecimento estético acaba resultando em um mecanismo abstrato – e de certa forma antiquado – de auferição de valor.

Não se prioriza o que o crítico “importante” diz (embora os sites exibam o desenho de estrela ao lado do que chamam de “top critic”, forma que encontram de priorizar o texto deste ou daquele colunista na primeira página consagrada a cada produção), mas sim o rescaldo matemático do prestígio conquistado na circulação.

É preciso se admitir, aqui, a força dos movimentos econômicos na construção do prestígio cultural. Embora usem fartamente expressões como “top ten” ou “all time” para hierarquizar os produtos avaliados, RT e MC não podem, é óbvio, dar conta de toda a produção, de todos os tempos, dos objetos que observam. Ainda assim, a seleção dos críticos não é totalmente arbitrária, pois se cerca principalmente das publicações que são acessadas nos Estados Unidos. É claro que a audiência de RT é global, através da web, o que permite reapropriações e crivos críticos de uma grande diversidade de usuários, mas a perspectiva dos profissionais estadunidenses obviamente predomina. Assim, para um filme *existir* ele precisa ser visto nos Estados Unidos e por uma quantidade mínima de interessados. Produções independentes circulam em poucas salas e possuem orçamento restrito para publicidade. Mesmo que o crítico bem-informado tenha acesso a uma sala onde tais produções são exibidas, o profissional de imprensa precisa lidar com uma limitação de tempo e demandas de mercado: o público sabe das datas de lançamento e espera a opinião sobre o último Harry Potter, por exemplo, além de dezenas de outras estréias semanais exponenciadas por astros globais e campanhas publicitárias milionárias. Produtos amparados por poucos recursos financeiros, mesmo



que “altamente recomendáveis”, acabam “sumindo” no processo de circulação. Pelo menos da programação “atual”.

O agendamento midiático implica valorização estética. Em outras palavras, a competência de circulação se torna, na prática, um provável critério de Beleza.

Dizer que os sites RT e MC “observam” também é uma ação de segunda ordem, outra habilidade típica nos ambiente de circulação do mundo contemporâneo. A avaliação é legitimada pelo sistema abstrato de contagem (o “tomatômetro” ou o “metascore”), mas é a perspectiva do ator individual, do crítico, que descreve os produtos. Quer dizer, como nos apontam Fausto Neto (2009) e Eliseo Verón, a criação na época da midiatização é, sobretudo, um trabalho de operação dos signos circulantes.

O esforço do RT e do MC é também de “domesticar o caos”, o que lhe afasta de um exemplar significativo do que Derrick de Kerckhove chamou primeiro de “inteligência coletiva” (em *A Pele da Cultura*), reconsiderando depois para “inteligências em conexão” (1999). O pesquisador do *McLuhan Program on Culture and Technology* admite que sua primeira previsão sobre os efeitos da web no desenvolvimento da inteligência humana se frustrou. Imaginava Kerckhove que “muy pronto nuestra inteligencia colectiva superará las inteligências orgánicas individuales tanto em velocidad como em integración” (p. 18), mas, ao rever os efeitos que a tecnologia produz na organização do pensamento, compreendeu que tal inteligência “nos es realmente colectiva sino que más bien está conectada” (p. 19). Os sites de ranqueamento das críticas são objetos ambiciosos, de grande audiência e se tornam rapidamente um ponto de referência cultural importante, ocupando o lugar que antigamente era reservado aos veículos ou atores (peritos) prestigiosos. No entanto, seu formato deixa pouca margem para reelaboração, a fruição “caótica” das rodovias da web ou o “desajuste” nas bordas da circulação, apontado por Fausto Neto [“Os receptores perambulam por várias mídias, migrando em seus contatos como os mesmos, quebrando zonas clássicas de fidelização com vários deles” (2009, p. 12)].

A própria disposição de RT e MC em abrir espaço para os rankings dos usuários (a nota do público, publicada ao lado da média dos críticos) não difere das estratégias conservadoras de veículos tradicionais. Cercando o espaço de participação, controla a importância que a opinião “não-especialista” tem no ambiente de circulação.

Não quer dizer que interferências e novas apropriações inexistam ou sejam impedidas programaticamente. Mas, como em qualquer ambiente fora da web, subversões estão na conta de estratégias discursivas engendradas pelos usuários na



forma de contrabandos – possibilidade que dificilmente atinge a magnitude de uma média matemática classificada como “consenso”.

“Contrabandos” diretos e oportunistas (como jogadores de futebol que exibem camisetas com frases religiosas) são estratégias relativamente simples e o cotidiano é construído a partir deles (um processo de comunicação é, enfim, um enfrentamento de valores), mas o caso de *The Wire* é especial pela complexidade. Em primeiro, ele é resultado de um processo “tentativo” incomum, dado o comprometimento com lógicas de subsistência muito rigorosas que associamos à TV. Em segundo, diferente das circunstâncias de inferir mensagens nos “poros” ou “brechas” ou “zonas de pregnância”, no sentido de frase ou signo representativo de subversão em determinado sistema ou “espaços” entre sistemas, o seriado se estende no tempo, oportunizando às suas contrapartes iguais chances de modificar ou cancelar o projeto ambicionado. Ou seja, ele não *visita* certo sistema para abandoná-lo em seguida. Em muitos quesitos, ele faz parte da identidade do sistema.

Reforça-se, aqui, a hipótese de que o contrabando é uma ação individual, como tenho observado, por exemplo, no esforço (bem-sucedido) do músico John Coltrane em disseminar uma mensagem religiosa através de um disco de jazz (Folquening, 2010a e 2010b). No caso de *The Wire*, temos os esforços do produtor/escritor David Simon e, na segunda ordem, o que parece ter sido a “campanha” empreendida pelo colunista do *The Guardian*, Charlie Brooker, dedicado a mencionar o seriado inclusive em textos associados a outros temas. O problema é particularmente interessante porque a ação individual é ainda um desafio metodológico para os estudos em Comunicação. No breve histórico descrito por Verón, “en los años, se multiplican las investigaciones sobre recepción, y se comienza a comprobar que los individuos que habitan el meta-espacio social no menos lisos, pasivos, manipulables e influenciáveis de lo que se se havia imaginado. Queda, desde este punto de vista, muchísimo por hacer” (2005, p. 137).

Listas de “melhores” transcendem o “marco de presentación” fugaz na forma de vida tecnológica. Ainda assim, o que RT e MC fazem é ranquear “novidades”, no sentido jornalístico (Lasch, 2005, p. 132-133), sujeitos que estão à agenda de lançamento dos produtos determinada naturalmente por critérios econômicos.

Mas a qualificação é um serviço “a mais” do que informação, elemento que talvez estabeleça o limite entre o pathos acadêmico e a efemeridade jornalística. Afinal, o que o crítico faz, pelo status de especialista que enverga, precisa superar os *fait divers*.



É preciso admitir que se trata essencialmente de uma questão de poder – não do poder como coisa ou status demarcado consensualmente, mas vivido através dos jogos nos quais as instituições, público e crítica (todos agora reunidos na categoria “usuários”) ainda são amadores: a circulação em época de midiatização da sociedade. O motivo pelo qual procuramos nos associar a discursos de hegemonia ou contrabandeamos mensagens nos sistemas que freqüentamos não é outra coisa senão tentar, experimentar, aprimorar estratégias de poder.

REFERÊNCIAS

- BRAGA, José Luís. *A Sociedade enfrenta a sua mídia*. SP: Paulus, 2006.
- FAUSTO NETO, Antonio. *A circulação além das bordas*. Paper. Apresentado no colóquio “Mediatización, sociedad y sentido”. Convênio Capes/Myncr. Agosto/2010. Universidade Nacional de Rosário, Argentina.
- FAUSTO NETO, Antonio. *As bordas da circulação...* Primeira versão de artigo apresentado no GT Estudos de Recepção do XVIII Encontro da Compós, PUC-MG, Belo Horizonte, junho de 2009.
- FAUSTO NETO, Antônio. *Enunciação mediática e suas “zonas de pregnância”*. IN: VELÁZQUEZ, Teresa. *Fronteiras*. Buenos Aires: La Crujija, 2009.
- FAUSTO NETO, Antonio. *Midiatização – prática social, prática de sentido*. Paper: Encontro Rede Prosul – Comunicação, Sociedade e Sentido, no seminário sobre midiatização. Unisinos. S. Leopoldo, 19/12/2005 e 06/01/2006.
- FOLQUENING, Victor. *Afetações da mediatização na música gospel*. Artigo para a disciplina de Midiatização, Sociedade e Sentido. Doutorado em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. S. Leopoldo, 2010a.
- FOLQUENING, Victor. *Contrabandos de Coltrane em A Love Supreme*. Artigo em elaboração para a disciplina de Aportes Metodológicos. Doutorado em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. S. Leopoldo, 2010b.
- GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. SP: UNESP, 1991.
- KERCKHOVE, Derrick de. *Inteligências en conexión – hacia una sociedad de la web*. Barcelona: Gedisa Editorial, 1999.
- RAMONET, Ignácio (org). *La post-televisión – multimedia, internet y globalización económica*. Madrid: Içaria-Antrazyt, 2005.
- SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* SP: Loyola, 2005.
- TYNAN, Kenneth. *A vida como performance*. SP: Companhia das Letras, 2004.