

Márcio SERELLE

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – Belo Horizonte, MG, Brasil

A crítica do entretenimento no jornalismo cultural

La crítica del entretenimiento
en el periodismo cultural

The criticism of entertainment
in cultural journalism

Recebido em: 31 jan. 2012
Aceito em: 12 jul. 2012

Professor doutor do Programa de Pós-Graduação em
Comunicação Social, "Interações Midiáticas", da PUC
Minas. Pesquisador do CNPq.
Contato: serelle@joinnet.com.br

RESUMO

Este artigo pretende, a partir da problematização dos preceitos modernos de crítica, propor direções para a abordagem do entretenimento pelo jornalismo cultural, em contexto de ausência de parâmetros estéticos estáveis e de desconfiança acerca de qualquer discurso que se apresente como educador de sensibilidades. Farol orientador de gostos e tendências estéticas, a crítica moderna, de base hermenêutica, configurou-se como tarefa de interpretação elitista, que oferecia sentidos ao caráter lacunar da obra de arte. Se, em face do imediatismo do entretenimento, tal movimento torna-se obsoleto, como reativar a crítica, hoje, acerca dos produtos da indústria cultural? Quais seriam as possíveis entradas para um jornalismo cultural crítico, que não se restrinja a divulgar e descrever essas manifestações? Em face dessas questões, buscamos, por meio de estudos como os de Dyer (2002), Gabler (1998) e Luhmann (2005), discutir a própria ideia de entretenimento, extraindo dela elementos que possam apontar caminhos para a atividade crítica na cultura midiática contemporânea.

Palavras-chave: entretenimento; crítica; jornalismo cultural; cultura midiática.

RESUMEN

Este artículo se propone, a partir de la problematización de los preceptos de la moderna crítica, proponer las direcciones para el enfoque de lo entretenimiento en periodismo cultural, en el contexto de la ausencia de parámetros estéticos estable y desconfianza acerca de cualquier discurso que presenta como educador de sensibilidades. Luz de guía de los gustos y tendencias estéticas, la crítica moderna, base hermenéutica, se configuró como tarea de interpretación elitista, que ofrece las direcciones a la naturaleza irregular de la obra de arte. Si, en el rostro de la inmediatez del entretenimiento, este movimiento se vuelve obsoleto, como reactivar la crítica, hoy, sobre los productos de industria cultural? ¿Cuáles serían los posibles aportes para una crítica periodismo cultural, que no se limita a divulgar y describir estas manifestaciones? En el rostro de estas cuestiones, que buscamos, por medio de estudios como el Dyer (2002), Gabler (1998) y Luhmann (2005), discutir la idea de entretenimiento, extrayendo sus elementos que podrían indicar el camino para la actividad crítica en la cultura mediática contemporánea.

Palabras clave: entretenimiento; crítica; periodismo cultural; cultura mediática.

ABSTRACT

This article intends, from the discussion of the precepts of modern criticism, to propose directions to the approach of entertainment by cultural journalism, in the context of absence of stable and aesthetic parameters and of suspicion about any kind of discourse that presents itself as an educator of sensibilities. Guiding beacon of tastes and aesthetic trends, modern criticism, of hermeneutic basis, has been configured as an elitist interpretation task, which offered meanings to the lacunar nature of the artwork. If, due to the immediacy of entertainment, such move becomes obsolete, how is it possible to reactivate criticism, nowadays, about the Cultural Industry products? What are the possible entries for a critical cultural journalism, which is not restricted to disclose and describe those artifacts? Because of those issues, we seek, through studies conducted by Dyer (2002), Gabler (1998) and Luhmann (2005), to discuss the very idea of entertainment, extracting from it elements that can point out ways to the critical activity in contemporary media culture.

Keywords: entertainment; criticism; cultural journalism; media culture.

Começemos por uma provocação de Eugênio Bucci (2009: 42), em “... e o jornalismo virou *show business*”, que diz haver, hoje, “mais arte num videogame do que num filme comercial produzido por Hollywood”, o que resulta em descompasso entre a formação “afrancesada” dos críticos de cadernos culturais e o “lixo oferecido pela indústria”. De acordo com Bucci, o “aparelhamento” utilizado, antes, para leituras de filmes de arte (de Buñuel, Godard e Fellini, por exemplo) é, agora, “(mal) empregado para analisar coisas como *Loucademia de polícia, Velozes e furiosos* ou *Todo mundo em pânico*”. Se esses filmes merecem ser criticados como produtos de nossa cultura, arremata o autor, “teremos de fazer resenhas estéticas dos brinquedos do Playcenter, das bonecas Barbie e dos cortadores que fatiam melões em forma de estrelinhas” (BUCCI, 2009: 42).

De corte intempestivo, consoante ao discurso da grande divisão¹ – ainda que enviesado ou, pelo menos, atualizado, ao admitir possibilidades artísticas no cinema, que já nasceu sob lógica industrial –, o pensamento de Bucci é redutor em pelo menos dois aspectos. Primeiro, no modo como propõe a clivagem entre filmes de arte e de entretenimento, citando diretores e obras que ocupam posições extremadas, quando sabemos, com Huyssen (2002: 29), que, se a diferença entre arte erudita e cultura de massa continua a existir, cada vez mais essa divisão vertical torna-se “uma zona fronteira horizontal de trocas e pilhagens, de viagens transnacionais de idas e vindas e todos os tipos de intervenções híbridas”. Segundo, ao sugerir a retirada de determinado pensamento crítico do campo do entretenimento, cujos produtos de baixa complexidade estética não valeriam o esforço analítico.

Tais provocações são oportunas ao expor a inadequação e a obsolescência do aparato crítico moderno – fundado na hermenêutica – em face de uma cultura centrada no entretenimento. Entretanto, não nos parece que a crítica, como consciência problematizadora de seu tempo, deva exilar-se, virando as costas para o entretenimento, haja vista a centralidade dele, hoje, nas fusões de corporações de comunicação, a forma como ele modula as subjetividades na sociedade midiaticizada ou, ainda, os modos diversos como emerge indissociado da própria arte. As teorias do pós-moderno

¹ Ver *After the great divide*, de Andreas Huyssen (1986). Para o autor, o discurso da grande divisão, como aquele presente em “A indústria Cultural” de Adorno e Horkheimer, é o que insiste na distinção categórica entre arte elevada e cultura de massa. Dominante na passagem do século XIX ao XX e nas décadas logo após a segunda Guerra Mundial, esse discurso, de acordo com Huyssen, ajuda-nos a compreender teórica e historicamente o modernismo, sendo, no entanto, constantemente desafiado pelas produções culturais contemporâneas.

propuseram algumas noções para o entendimento desse fenômeno de hibridação, como a do *double coding* e a de uma identidade autoral revisionista. Esta, como define Marcos Arza (2004) em seu estudo sobre Tim Burton, aplica-se, por exemplo, a um grupo de cineastas de diversas procedências e nacionalidades, entre os quais diretores do cinema comercial norte-americano recente, como Tarantino, os irmãos Cohen ou David Lynch, que, de gesto autoral, mantêm determinada autonomia em relação aos constrangimentos da indústria, sem, contudo, romperem radicalmente com ela. Com forte consciência linguageira, possuem uma atitude revisionista tanto da modernidade como do cinema de gênero, subvertido pela paródia ou pelo pastiche². A expressão *double coding*, por sua vez, foi cunhada por Charles Jenks (1977) para referir-se à arquitetura pós-moderna, que se dirige a pelo menos dois públicos ao mesmo tempo: um cultivado, que reconhece os estilemas e os códigos “altos” presentes na construção; outro mais amplo, seduzido pelos aspectos populares presentes na mesma obra. Logo, em uma cultura de empréstimos, entre o alto e o baixo, “há que se ter menos preconceito para com as formas *pop* de produção artística”, escreveu Silviano Santiago (2004: 130).

Se não podemos prescindir da tarefa do crítico na contemporaneidade e se, por outro lado, a abordagem moderna apresenta-se inadequada em face dos produtos culturais em circulação, como produzir, no jornalismo cultural, uma crítica do entretenimento que não seja marcada por um olhar sempre disponível – meramente descritivo, que se exime de julgar e selecionar – nem restrito ao impressionismo?

Este artigo, que não ambiciona resolver a questão, pretende, a partir da problematização dos preceitos modernos da crítica, propor alguns caminhos para a abordagem do entretenimento, em cenário de esvaziamento da autoridade do crítico, de ausência de parâmetros estéticos e de desconfiança acerca de qualquer discurso que se apresente como educador de sensibilidades. Em outros termos, trata-se de pensar em formas de ativar a crítica, quando parece já não haver condições para ela, pelo menos da forma como ela foi concebida pela *intelligentsia* moderna.

² Para Mauro Baptista (2010), em O cinema de Quentin Tarantino, o diretor norte-americano faz uso da paródia, no sentido que Linda Hutcheon (1985) dá ao termo, como força criativa, ao incorporar, com distanciamento irônico e crítico, gêneros – principalmente o de filmes de crime – e formas de fazer cinema. “O fato de retomar o cinema do passado e marcar uma diferença (...) revela que Tarantino tem uma concepção cinematográfica pessoal e própria”, escreve, referindo-se ao caráter autoral do diretor, que se manifesta na revisão crítica do passado. (BAPTISTA, 2010: 47).

Propõe-se, então, inicialmente, neste artigo, expor, ainda que brevemente, por meio do pensamento de autores principalmente brasileiros, os eixos centrais da crítica moderna no século XX e, depois, indicar em que aspectos eles se tornaram inadequados, no jornalismo cultural, à abordagem dos objetos culturais de entretenimento. Esse caminho demandará, evidentemente, um conceito de entretenimento, que, neste texto, abrangerá a condição histórica dos produtos (filmes, música *pop*, programas televisivos, espetáculos teatrais, literatura de consumo etc.) e a forma de interação entre esses produtos e leitores, ouvintes, espectadores, internautas. Em seu último segmento, o artigo propõe, então, quatro possíveis entradas para a crítica do entretenimento. Não se trata, aqui, de estabelecimento de um método – o que seria, por si só, atitude um tanto moderna, como aquela de Sainte-Beuve que, em 1862, sistematizou sua prática para o exame de obras³ –, mas de apontamentos, no intuito de contribuir para que o jornalismo cultural continue a desempenhar um importante papel como instância crítico-interpretativa.

Ao redor da ideia moderna de crítica

O termo “crítica”, derivado do grego *krinein* (julgar, decidir), tornou-se corrente para designar a apreciação de obras artísticas na passagem do século XVIII para o XIX, por espelhamento na palavra “então tornada preferencial – crítica dos sentimentos, crítica da experiência, crítica da razão”. (NUNES, 2009: 74). Embora se desdobrasse em correntes diversas e até conflitantes – a biográfica, a científica, entre outras –, impossíveis de serem resumidas neste artigo, a crítica moderna se estabeleceu, em geral, como farol orientador para o público, pois pretendia educar os gostos e nortear a opinião, e para o artista, notadamente aqueles mais jovens, que seriam guiados por valores e tendências estéticas. De perspectiva histórica, a crítica situava a obra de arte em seu contexto, à luz de movimentos e artistas que a antecederam. Para o romântico alemão August Schlegel, a crítica tinha como função iluminar a história da arte, pois “compara as produções dos grandes artistas e sabe descobrir as belezas eternas que constituem o prêmio do seu esforço; avalia-lhes o mérito relativo, e indica assim a rota

³ Refiro-me, aqui, ao excerto “Sobre o meu método” (SAINTE-BEUVE, 2011), de “Chateaubriand jugé par un ami intime em 1803”, publicado em *Nouveaux lundis*. Neste texto, Sainte-Beuve responde, por meio da exposição de seu método, às acusações de que a crítica moderna, notadamente a dele, seria individual e desprovida de teoria.

que é preciso seguir para chegar a produzir novamente obras estimáveis e originais” (SCHLEGEL, 2011: 511-512).

No século XX, a ideia moderna de crítica passa a visar, com mais ênfase, o elemento estético, que uma série de correntes buscou elucidar, seja na correspondência entre as formas e os significados sociais e históricos – como Lukács fez, por exemplo, em sua *Teoria do Romance* –, seja privilegiando as estruturas e as estratégias de construção interna, seja prospectando as pulsões submersas. Na maioria delas, contudo, tem-se a noção da arte como objeto opaco, que não se revela de imediato e que, por isso, demanda o trabalho hermenêutico, definido por Bosi (2003: 477) como uma espécie de mediação ou tradução, que transforma “o mesmo em outro código”, reativando o que seria expresso na obra e procurando delimitar e propor o sentido que emerge de sua forma. O hermeneuta ou intérprete trabalha, portanto, rente à forma – a rede aparente de significantes da obra de arte – cavando, nela, o evento, que motivou a criação, e seu “conteúdo de verdade”, expressão que Lafetá (2004) utiliza, a partir de Benjamin, para se referir àquilo que a crítica almeja alcançar. O “conteúdo de verdade”, de acordo com Lafetá (idem), é, no caso da literatura, a escrita a ser iluminada por baixo de outra mais evidente, como num palimpsesto, e que revela a imagem de um tempo. A atividade crítica está, também para Candido, ligada à vida de seu tempo, “destacando nos múltiplos aspectos das obras aqueles que, direta ou indiretamente, as tornam sinais e índices de ideias e dos rumos da inteligência moderna” (2002: 31). A ideia moderna de crítica é, portanto, ao mesmo tempo retrospectiva e prospectiva (NUNES, 2009). Retrospectiva porque atenta às perspectivas históricas e tons genéricos, buscando as condições sociais, estéticas e psicológicas que motivaram a produção artística; prospectiva porque oferece um sentido, uma chave de leitura para sua compreensão.

Para Sarlo, na perspectiva moderna, “as artes definem-se sobre a base de uma lacuna onde se institui o sentido. O sentido é possível porque existe uma ausência, uma quebra: a ausência de um objeto, a divisão de um sujeito” (2002: 43). A determinação desse sentido, todavia, dar-se-ia, no viés da crítica, de forma agonística – o campo da interpretação é também um campo de conflito – por uma recepção qualificada, treinada duramente por meio de uma educação elitista, que conferia determinada autoridade ao hermeneuta. A partir da segunda metade do século XX, os culturalistas passaram a questionar tanto essa autoridade do crítico, como instância mediadora necessária entre a obra de arte e o público, quanto a própria interpretação, “considerada como exibição de

técnicas burguesas” (SARLO, 2002: 47) a não ser que lançasse mão de noções ideológicas, como formas de desconstrução discursiva e resistência, o que permaneceria, aliás, um dos movimentos – o do texto ao contexto – previstos na metodologia de Douglas Kellner (1995) para análise da cultura midiática⁴.

Portanto, a crítica moderna se estabelece a partir de pelo menos duas funções principais, exercidas por meio de aportes diversos: a judicativa, que deveria avaliar a obra de arte, a partir de determinada grade de valores relativamente estáveis, colocando-a em face da história de arte e das correntes coevas, em operação seletiva e hierarquizante; a interpretativa, que partia da noção da obra como objeto complexo e lacunar, para desentranhar dela sentidos, formulados numa escrita da compreensão, mediadora entre arte e público. Essa abordagem histórico-interpretativa trazia, por vezes, um ideal interventor, como fica claro na apresentação de princípios do rodapé literário de Antonio Candido, na *Folha da Manhã*, nos anos 1940. Nos textos em que Candido define o que é para ele a crítica e, por conseguinte, as linhas de ação dela no jornalismo, há a consciência de que a atividade deve ser útil e esclarecedora e renunciar à duração, restringindo-se ao seu caráter contingente e funcional. Como crítica funcional, Candido (2002: 39) compreende a ação de “ressaltar nas obras (...) os ligamentos que as prendiam à vida, para conseguir determinada função que desempenhava no seu momento, quer relativamente ao conjunto da cultura, quer em relação aos problemas da ordem presente”. Observa-se, aqui, que a preocupação não é essencialista – como no caso da crítica dos românticos –, mas a de apreender a obra como feixe de influências e ressonâncias, sem desprezar sua condição de realidade autônoma. Como escreveu Peter Gay (2010: 24) acerca da ficção, há três fontes principais de motivação: “a sociedade, a arte e a psicologia individual. Não são compartimentos estanques; ao contrário, fluem um para dentro do outro, tornando o ato da criação literária um processo intrincado.”

Candido defende, em seu texto de estreia na crítica da *Folha da Manhã*, uma crítica jornalística partidária, que tenha disponibilidade emocional, mas não de caráter, isto é, para ele, o crítico não pode ter preconceito acerca de gêneros, movimentos ou autores, deve estar aberto e suscetível aos efeitos de qualquer obra, porém deve marcar, coerentemente, sua perspectiva e defender determinada concepção de arte no que ela

⁴ Para Kellner (1995, p.28), o crítico da cultura midiática deve mover do texto ao seu contexto, “a cultura e sociedade que constituem o texto e nas quais ele deve ser lido e interpretado” (tradução nossa) [No original: “to the culture and society that constitutes the text and in which it should be read and interpreted”].

possui como ideia e visão de mundo. Essa marcação de posição foi necessária, segundo o crítico, no início da década de 1940, em momento de esvaziamento do ambiente literário, alheio às condições históricas do país. “Críticos e leitores me pareceram muito ligados à simples emoção estética, enquanto Roma ardia” (CANDIDO, 2002: 41), explicou, em texto de 1945. Ainda sim, mesmo diante da posterior afirmação da primazia do estético, Candido não abandona, como método, sua visada que se desloca do estético ao ideológico, afirmando as ideias que lhe “parecem justas e combate[ndo] as que parecem incertas ou perigosas” (CANDIDO, 2002: 43), o que caracteriza a abordagem moderna militante, ao modo, por exemplo, de um Pasolini.

Entretenimento, mas não somente

A declarada obsolescência da crítica na contemporaneidade em relação ao entretenimento deve-se a pelo menos a dois fatores: primeiro, pelo fato de a posição antes privilegiada da crítica – que pretendia, como vimos, educar e guiar o gosto do público e apontar, para os artistas, as tendências a ser seguidas – não se sustentar mais. O jornalismo cultural sofre, em adição, os efeitos da crise do próprio jornalismo contemporâneo, que, com o paradigma comunicacional das redes digitais, notadamente a *web 2.0*, não mais seleciona ou decide o que o público deve saber. Esse mesmo público converteu-se num híbrido de produtor e consumidor, produzindo um jornalismo de várias direções (KOVACH, ROSENSTIEL, 2003). No âmbito cultural, proliferaram-se blogs e sites de críticos e comentadores de qualidades bastante diversas, reunindo desde jornalistas que migraram dos veículos tradicionais a adolescentes, que requerem e exercem seu direito de julgar e opinar, de forma extremamente impressionística, em consonância com o próprio ambiente subjetivista da rede.

A questão da qualidade da crítica tampouco parece ter importância, em contexto de ordem culturalista, em que “a produção de sentido deixa de ser feita apenas por grupos restritos e inegavelmente mais sofisticados” (SANTIAGO, 2004: 131). De caráter relativista, essa perspectiva valoriza mais o direito à expressão da impressão daquele que interage com o produto cultural do que o espaço demarcado por um olhar cultivado e especializado cuja avaliação obedece a critérios históricos. Vejamos, por exemplo, o texto de Hermano Vianna (2012), “Só clássicos”, publicado em sua coluna semanal no jornal *O Globo*. Nesse breve artigo, Vianna escreve sobre uma proposta

feita a ele para que participasse de uma eleição, realizada pela *Folha de S. Paulo*, dos primeiros clássicos – canções e álbuns – do século XXI. Vianna expõe sua lista – que inclui, entre outros, o hit do *youtube* “Minha mulher não deixa, não”, no seu conjunto de versões – para, no entanto, concluir que: “Fico alegre imaginando o mundo maluco que teria essas músicas como clássicos consensuais. Ainda bem que ninguém tem o poder de impor nossos gostos para toda a gente. De acordo?” (VIANNA, 2012: 2). A reivindicação nesse texto não é, portanto, a da autoridade do crítico, mas da expressão democrática de um gosto contra a imposição de um clássico consensual. Evidentemente, é difícil não notar a contradição desse gesto de Vianna, uma vez que ele foi convidado a opinar na condição de autoridade e escreve num espaço privilegiado (o segundo caderno de um dos jornais de maior tiragem do Brasil) com influência sobre seus leitores – o que indica uma relação não tão simétrica assim acerca da possibilidade de divulgação e de legitimação dos “gostos”. A própria noção de clássico e sua relação com o cânone (termo derivado do campo religioso) pressupõem a existência de um “espaço comum de consagração artística” (VIANNA, 2012: 2), incongruência que não escapa ao antropólogo.

O segundo fator, que merece mais atenção, é que a própria ideia de entretenimento contrapõe-se aos valores modernos da arte (acabamento estético, inovação, densidade emocional, pluralidade de sentidos, entre outros) que exigiam a tarefa crítica. A partir do século XIX, o conceito de entretenimento começa a ser sistematizado negativamente em oposição aos aspectos definidores da arte. Como recupera historicamente Gabler (1998), de acordo com os “elitistas”, a arte proporciona *ekstasis*, palavra grega que significa “deslocamento”, “movimento para fora”, enquanto o entretenimento – do latim *inter tenere* – nos confina em nós mesmos, submergindo-nos e negando-nos perspectiva por meio de um efeito narcotizante (o entretenimento adormece a mente e diz somente ao corpo). Ainda de acordo com esse pensamento moderno, a arte trata cada receptor como um indivíduo, com respostas únicas a cada interação; o entretenimento lida com a audiência como se fosse uma massa disforme. A arte é inventiva; o entretenimento preso a fórmulas, pois procura combinações já testadas para multiplicá-las e conseguir as respostas prescritas. A arte é, enfim, do campo das causas, e o entretenimento, dos efeitos.

A aversão dos intelectuais modernos em relação ao entretenimento ancora-se, segundo Gabler (1998: 21), numa desconfiança acerca da sensibilidade popular: “Na visão deles, a grande maioria das pessoas é preguiçosa, estúpida e infantil, distraída pela diversão e cativada pela sensação, e, por isso, incapaz de apreciar a arte (...)”⁵ (tradução nossa). Como reconhece Dyer (2002: 6), a distinção entre arte e entretenimento, como forma de preconceito e clivagem social, permanece entre nós: “arte é o que é edificante, elitista, refinado, difícil, enquanto entretenimento é hedonista, democrático, vulgar, fácil” (tradução nossa)⁶.

Recentemente, contudo, novas abordagens tentam definir o entretenimento tanto a partir do modo de engajamento proposto na sua mediação – colocando, assim, em questão, por meio do reconhecimento dos sujeitos receptores, o alegado poder apassivador dessas performances –, como no âmbito de sua proposta no polo da produção, concebendo-o como um dos produtos mais rentáveis do capitalismo contemporâneo, mas, ao mesmo tempo, vislumbrando, entre outras, tensões entre o conservadorismo das indústrias culturais e as forças de trabalho criativas que nele atuam. No que diz respeito a seu aspecto relacional, o entretenimento, para Luhmann (2005), é, pelo menos desde a sociedade do romance, um modo inevitável de os indivíduos – que já não são definidos pela origem – experimentarem identidades. Capaz de gerar todo um mundo, com regras próprias, colocado em suspenso ou entre parêntesis, o entretenimento torna-se, segundo o autor, um âmbito sedutor, em que o indivíduo pode experimentar “realidades virtuais” e “fantasias”, passíveis de serem interrompidas “a qualquer momento” (LUHMANN, 2005: 105), sem o peso e as consequências da realidade “real”.

A ideia de entretenimento em Dyer (2002)⁷ pode também nos ser útil para abertura das frentes críticas a essas manifestações. Segundo ele, o entretenimento moderno pode ser definido como um artefato ou performance (música pop, cinema, quadrinhos, programas televisivos, jogos de computador, romances *pulp* etc.), orientado comercialmente, que se dá diante de uma audiência generalizada com o objetivo consciente de produzir, de forma imediata e sem ambiguidades, um tipo de

⁵ No original: “In their view, the great majority of people were lazy, stupid and infantile, distracted by fun and captivated by sensation, and thus incapable of appreciating art (...)”

⁶ No original: “(...) art is what is edifying, elitist, refined, difficult, whilst entertainment is hedonistic, democratic, vulgar, easy”.

⁷ Na obra *Only Entertainment*, de Richard Dyer (2007), o conceito ou “ideia”, conforme termo preferido pelo autor, pode ser mapeado principalmente em dois textos, além da própria introdução do livro: “The idea of entertainment” e “Entertainment and utopia”.

prazer relacionado a aspectos de uma sensibilidade utópica – referente a qualidades que não podem ser alcançadas de forma plena na realidade imediata – como energia, abundância, intensidade emocional, transparência e senso de comunidade. Dyer (2002: 1) explica que o prazer pode ser pretendido e sentido em produtos e performances diversas, mas que “a ideia de entretenimento se distingue na sua ênfase na primazia de tal prazer, colocado à frente ou mesmo em oposição a objetivos e funções práticas, sagradas, instrutivas e políticas⁸”. Por isso, o conceito de entretenimento é histórica e culturalmente marcado, já que algumas manifestações como canções e danças podem ter, por exemplo, em culturas tribais, funções sagradas e utilitárias como “apaziguar os deuses e evocar chuva⁹” (DYER, 2002: 6) (tradução nossa), enquanto em outras são voltadas principalmente ao divertimento.

A ênfase no prazer do entretenimento, contudo, segundo Dyer (2002: 2), não significa que ele não deva ser analisado, pois todo entretenimento traz “suposições acerca do mundo e atitudes em relação a ele, ainda que isso não seja seu objetivo; e o fato de um entretenimento entreter não o livra da responsabilidade social, não o alivia de sexismo, racismo ou qualquer outro ismo deletério¹⁰” (tradução nossa). O desafio crítico seria, contudo, segundo Dyer, abordar esse aspecto do entretenimento a partir de suas próprias qualidades, e não procurar significados ideológicos que estariam escondidos por detrás e separadamente de sua fachada, ou seja, deve-se desenvolver uma crítica atenta e rente ao que o autor chama de signos representacionais (personagens, situações narrativas, letras de música etc) e não-representacionais (cores, texturas, movimento, ritmo, melodia, trabalho de câmera) do entretenimento, que variam, evidentemente, de acordo com o sistema semiótico da obra.

Algumas direções

Se não há como negar que inexistente, hoje, “um sentido único e autoritário dado pela configuração feita por um grupo legitimador (o da crítica, como é o caso tradicionalmente)” (SANTIAGO, 2004: 131) e que o imediatismo do entretenimento pouco se presta a um olhar moderno, escrutinador da estética em busca do

⁸ No original: “(...) the idea of entertainment is distinctive in its emphasis on the primacy of such pleasure, ahead or even instead of practical, sacred, instructional or political aims and functions”

⁹ No original: “placating the gods or conjuring up the rain.”

¹⁰ No original: “(...) assumptions about and attitudes towards the world, even if these are not the point of the thing; and the fact that entertainment entertains does not let it off the hook of social responsibility, does not make up for sexism, racism or any other deleterious ism.”

preenchimento de um sentido, acreditamos, contudo, que a crítica do entretenimento no jornalismo cultural faz-se necessária, não como uma imposição de gosto e de valores, mas como a reativação de uma escrita mediadora que nos faculte uma melhor compreensão da cultura em que esses produtos circulam e ajudam a construir. A partir principalmente das noções que definem o próprio entretenimento, propomos, aqui, quatro abordagens para sua crítica. Elas não se excluem e podem ser arranjadas em diferentes gêneros opinativos do jornalismo cultural – artigos, crônicas e as próprias resenhas ou críticas –, bem como compor um conjunto de questões que orientem a mediação jornalística informativa, como as notícias, reportagens e entrevistas.

Tratando o entretenimento como entretenimento, torna-se importante fazer o *reconhecimento de sua proposta de engajamento*, isto é, como as performances e os produtos pretendem que os sujeitos interajam com eles, experimentando mundos só possíveis naquela realidade duplicada e autônoma. Esse reconhecimento, nas obras narrativas, por exemplo, pode ser feito, em primeira instância, a partir da identificação do gênero – ou da hibridação entre eles – que sempre propõe uma base tonal, relacionada, por exemplo, ao cômico, ao épico, ao dramático etc. Ao colocar como questão o modo de envolvimento pretendido com o público, a crítica pode levar à reflexão sobre a própria ideia de entretenimento e diversão contida em uma obra. Em seguida, pode-se analisar as estratégias movimentadas pelo entretenimento para atingir seus objetivos, a validade delas, suas habilidades para criar tensão e surpresa e seus possíveis efeitos junto ao público.

Considerando-se que o entretenimento faz uso do já conhecido para reafirmá-lo, com algum grau de diferença, ao público, é importante que a crítica compreenda o *jogo intertextual* ali engendrado. No entanto, a crítica deve ir além da fronteira da identificação do diálogo entre estilos, gêneros ou, mais particularmente, obras, e empreender a produção de um sentido para esses movimentos de aproximação e distanciamento, que usualmente se dão na chave da paródia, da apropriação, do pastiche, entre outros. Se há uma camada palimpséstica no entretenimento moderno e pós-moderno, essa parece ser a da ironia intertextual. O romance policial, a comédia romântica cinematográfica ou a telenovela são construídos a partir de uma mimesis genérica, isto é, procuram representar menos uma realidade imediata que os *topoi*, os lugares-comuns, que constituem e fazem que determinado gênero seja reconhecível. Na

telenovela, por exemplo, a narrativa imita elementos clássicos constituintes do folhetim, tais como o uso do duplo, das reviravoltas afetivas de comédia romântica, o *whodunit*, trocas de filhos, ascensão social pelo amor. A crítica deve apontar esses lugares-comuns e refletir sobre os modos de rearranjo deles, colocando em relevo as possíveis inovações que se dão naquela repetição e a teia de remissões proposta ao público, que sente prazer em lidar com o familiar, sob nova configuração. Nesse aspecto, podemos falar da intertextualidade no entretenimento algo semelhante a que Hutcheon percebe na adaptação: “É uma repetição, mas sem replicação, unindo o conforto do ritual e do reconhecimento com o prazer da surpresa e da novidade¹¹” (HUTCHEON, 2006: 173) (tradução nossa), envolvendo, portanto, persistência e modificação. A repetição não se trata, portanto, de uma falha do entretenimento, mas de um apelo que, de certo modo, é inerente às narrativas, em suas formas migrantes, que atravessam tempos e culturas.

A análise que faz a *passagem do texto ao contexto* – ou seja, da obra ou performance à cultura e à sociedade que a geraram, e que, ao mesmo tempo, são afetadas pelo entretenimento –, já presente na crítica de origem marxista, parece-nos ainda pertinente. Retomando Dyer, o fato de o entretenimento colocar a diversão e o prazer como objetivos centrais não o isenta ideologicamente. Cabe ao crítico o exame dos valores ali propagados, na articulação entre forma e fundo, ainda que o texto não convide explicitamente a tal leitura. Essa abordagem é, contudo, cercada pelo risco da animosidade, em que a investida contra o entretenimento dá-se *a priori*, pelo pressuposto de que ele não é nada mais que um conjunto de estratégias camufladas para disseminar determinado ponto de vista. Lembremos a crítica polêmica de Ilias Yocaris publicada no *Le Monde*, em 2004, acerca da série infanto-juvenil *Harry Potter*. Para Yocaris (2004: 3), conquanto os romances narrem histórias de magia – em um mundo retratado que não é nosso, portanto –, eles acabam por servir, inconscientemente, ao “projeto educativo e social do capitalismo neoliberal”, com um discurso contra a inépcia do Estado e a favor do consumismo e da lógica de mercado. “Esse capitalismo”, escreve Yocaris (2004: 3), “tenta moldar à sua imagem não só o mundo real, mas o imaginário dos cidadãos consumidores”. Acusada de teorização pseudo-erudita, a crítica de Yocaris foi considerada por um articulista do jornal londrino *Times* de não fazer a distinção

¹¹ No original: “It’s repetition but without replication, bringing together the comfort of ritual and recognition with the delight of surprise and novelty.”

entre simples entretenimento voltado a jovens e crianças, com pouca ou nenhuma complexidade, e provocação para intelectual adulto¹². Se, no caso de *Harry Potter*, a análise parece ter extrapolado os limites do texto, não há dúvida de que um fenômeno *pop* como Lady Gaga – à exemplo de Madonna, décadas atrás – mereça reflexão sobre as construções sociais que mobiliza (acerca da identidade, sexo, religião etc.), na junção entre práticas musicais, tecnológicas e *marketing*. Se há, no entanto, sempre o risco de se atravessar para além da fachada do entretenimento – risco presente também na análise ideológica daquilo que é considerado arte, segundo preceitos modernos –, cabe ao crítico, contudo, ter a consciência da proposta da obra em análise e desenvolver sua interpretação a partir dos elementos estéticos que a constituem.

Por fim, é preciso considerar essas manifestações também como produtos do mercado – *commodities*, segundo Kellner (1995) – e examinar *as relações entre o entretenimento e as indústrias culturais*. Essas relações estão presentes, por exemplo, nas estratégias transmidiáticas, que fazem com que um mesmo produto seja explorado, de forma planejada, em diversas mídias, cobrindo todo um universo de consumo; nos processos de tradução entre culturas, em que produtos já testados em determinados mercados migram para outros, promovendo encontros interculturais, acomodações, adaptações; na exploração à exaustão de determinados modismos – em música, cinema e literatura – que determinam, de acordo com resultados mercadológicos, as orientações para produção; nas projeções de público, que orientam tanto trabalhos mais segmentados, focados em nicho, como produções que pretendem abarcar o público mais abrangente possível, como no caso dos desenhos infantis hollywoodianos que, estrategicamente, constroem narrativas com ironias intertextuais direcionadas a adultos e situações cômicas ou aventureiras que entretêm também as crianças; na cultura das celebridades, em que os papéis e performances desempenhados por elas fazem com o que o entretenimento extravase os lugares demarcados para sua exibição e se insiram, mercadologicamente, em outros âmbitos da programação como o jornalismo e a publicidade.

¹² Ver a esse respeito a matéria “Times sai em defesa de jovem mago”, publicada na Folha de S. Paulo, em 22 de setembro de 2004, e disponível em http://www.obervatoriodaimprensa.com.br/news/view/sergio_davila_26848. Acessado em 28 de janeiro de 2012.

Convém, à guisa de conclusão, ressaltar, aqui, que esses são apenas apontamentos que visam recolocar a questão da crítica no jornalismo cultural, que é, ainda, a despeito da voga culturalista e da vulgarização das opiniões nas redes digitais, uma importante instância mediadora a tentar lidar de forma seletiva com o entretenimento. Com as questões teóricas e as propostas de abordagem elencadas neste texto, buscamos algumas direções para a compreensão acerca da própria natureza do entretenimento e sua análise, a partir de parâmetros condizentes com uma cultura intensamente midiaticizada e que permitam a revitalização da crítica nesse contexto.

Referências

- ARZA, Marcos Marcos. Tim Burton. Madri: Cátedra (Anaya), 2004.
- BAPTISTA, Mauro. O cinema de Quentin Tarantino. Campinas: Papyrus Editora, 2010.
- BOSI, Alfredo. “A interpretação da obra literária.” In: BOSI, Alfredo. Céu, Inferno. São Paulo: Duas Cidades: Ed. 34, 2003. p. 461-479.
- BUCCI, Eugênio. “... e o jornalismo virou *show* business”. In: BUCCI, Eugênio. A imprensa e o dever da liberdade. São Paulo: Contexto, 2009. p. 27-44.
- CANDIDO, Antonio. Textos de intervenção. São Paulo: Duas Cidades; Ed. 34, 2002.
- DYER, Richard. Only entertainment. 2nd. Ed. London; New York: Routledge, 2002.
- GABLER, Neal. Life: the movie. New York: Vintage Books, 1998.
- GAY, Peter. Represálias Selvagens – realidade e ficção na literatura de Charles Dickens, Gustave Flaubert e Thomas Mann. Trad. Rosaura Eichenberg. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- HUTCHEON, Linda. Uma teoria da paródia. Lisboa: Edições 70, 1985.
- _____. Theory of adaptation. London; New York: Routledge, 2006.
- HUYSSSEN, Andreas. “Literatura e cultura no contexto global.” In: MARQUES, Reinaldo (org.); VILELA, Lúcia Helena (org.). Valores: arte, mercado, política. Trad. Julio Jeha. Belo Horizonte: UFMG. Abralic, 2002. p. 15-33.
- HUYSSSEN, Andreas. After the great divide. Bloomington, Indianapolis: Indiana University Press, 1986.
- JENKS, Charles. Language of Post-Modern Architecture. London: Academy Editions, 1977.

KELLNER, Douglas. Media culture. London; New York: Routledge, 1995.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. Elementos do jornalismo. Trad. Wladir Dupont. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LAFETÁ, João Luiz. Entrevista. In: LAFETÁ, João Luiz. A dimensão da noite. São Paulo: Duas Cidades; Editora 34: 2004. p. 545-555.

LUHMANN, Niklas. A realidade dos meios de comunicação. Trad. Ciro Marcondes Filho. São Paulo: Paulus, 2005.

NUNES, Benedito. A chave do poético. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

SAINTE-BEUVE, Charles-Augustin. “Sobre o meu método”. In: SOUZA, Roberto Acízelo de (org.). Uma ideia moderna de literatura. Chapecó, SC: Argos, 2011. p.520-527

SANTIAGO, Silviano. O cosmopolitismo do pobre. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2004.

SARLO, Beatriz. “A literatura na esfera pública”. In: MARQUES, Reinaldo e VILELA, Lúcia Helena. Valores: arte, mercado, política. Belo Horizonte: Ed. UFMG, Abralic, 2002. p. 37-55.

SCHLEGEL, August Wilhelm von. “A crítica, entre a história e a teoria da arte.” In: SOUZA, Roberto Acízelo de (org.). Uma ideia moderna de literatura. Chapecó, SC: Argos, 2011. p.511-513.

VIANNA, Hermano. “Só clássicos”. O Globo. Rio de Janeiro, 20 de janeiro de 2012. Segundo Caderno. p. 2.

YOCARIS, Ilias. “Harry no país do mercado triunfante.” Folha de S. Paulo. São Paulo, 21 de junho de 2004. Ilustrada. p. 3.