

Especiarias do século 21¹

Wellington Victor Pereira da Silva²

André Azevedo da Fonseca³

Universidade Estadual de Londrina (UEL), Londrina, PR

RESUMO

A charge “Especiarias do século 21” procura estabelecer uma crítica sobre o fascínio dos usuários de tecnologia e o conseqüente controle econômico sobre as suas vidas. Para isso, o chargista sugeriu uma analogia entre o encantamento dos índios com as manufaturas dos conquistadores europeus no século XV e o deslumbre dos contemporâneos com as tecnologias do século XXI.

PALAVRAS-CHAVE: Imaginário tecnológico; charge; crítica social

1 INTRODUÇÃO

O início do século 21 tem sido marcado pela difusão de um discurso deslumbrado com as tecnologias. Por meio dos mais diversos procedimentos simbólicos, as mídias estimulam o consumo de artefatos e procuram relacionar as maravilhas da ciência à conquista da autonomia, da liberdade, da felicidade e mesmo da transcendência. Essa dinâmica é imediatamente perceptível a partir da observação do vocabulário empregado na publicidade para anunciar as novidades tecnológicas. Naturalmente, os jovens de todas as tendências são os alvos mais facilmente influenciáveis. Adolescentes consumistas adotam como objetos de desejo uma série de produtos e serviços que conferem eles uma sensação de “contemporâneos do futuro”, conectados ao espírito do século 21. Jovens rebeldes em busca de identidade são convencidos que fazem parte de uma nova geração digital, em

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria V – Produção Transdisciplinar, modalidade PT 08 Charge/caricatura/ilustração (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 3º ano do Curso de Jornalismo. email: well.victorps@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do depto. de Comunicação da [UEL](http://www.uel.br). email: andre.azevedo@uel.br

contraposição às velhas gerações analógicas, e interpretam as tecnologias como instrumentos subversivos, capazes de estimular conexões inéditas entre as pessoas e provocar revoluções. Em comum, é notável o fascínio por esses aparelhos.

No entanto, sob o intenso barulho da celebração, o emprego estatal e mercadológico das tecnologias tem se configurado em uma sociedade de controle tecnocrático, onde os cidadãos e consumidores são observados e analisados em sua intimidade. Nas mais diversas instâncias da vida social, econômica e política, as liberdades individuais e coletivas são relativizadas em nome da ordem e da eficiência do capitalismo. Os sujeitos contemporâneos parecem dispostos a abrir mão de sua privacidade e, seduzidos por pequenos benefícios que conferem status, praticidade ou conforto, entregam informações detalhadas de suas experiências pessoais e se sujeitam a se tornarem alvo de estímulos publicitários invasivos e altamente convincentes.

O projeto de pesquisa “Imagens e mitos do fascínio tecnológico: cultura de massa e reencantamento instrumental na sociedade de consumo”, coordenado pelo prof. André Azevedo da Fonseca, vinculado à linha de pesquisa *Cultura Visual e Memória* do programa de pós-graduação em Comunicação Visual da Universidade Estadual de Londrina (UEL) investiga, no repertório de imagens consagradas da cultura de massa, a produção de um imaginário social predisposto ao reencantamento instrumental do mundo por meio do consumo fetichista de ciência e tecnologia. Assim, tivemos a oportunidade de observar que, para que o capitalismo lograsse legitimar essa sociedade de controle tecnocrático por meio do oferecimento ostensivo de maravilhas tecnológicas, foram necessários anos de atuação no jornalismo, na publicidade e no cinema, de modo a, em uma verdadeira pedagogia das imagens, educar a cultura de massa com um fabuloso repertório iconográfico que pudesse confirmar no imaginário social esse fascínio pela tecnologia. Para isso, os artefatos tecnológicos parecem ter sido associados a uma série de crenças e mitologias, tal como o pensamento mágico e outras dinâmicas antropológicas.

As discussões do projeto de pesquisa levaram orientador e estudante a conceber uma crítica a esse consumo. Para isso, surgiu a analogia entre o encantamento dos índios com as manufaturas dos conquistadores europeus no século XV e o deslumbre dos contemporâneos com as tecnologias do século XXI. A ideia pareceu interessante e o chargista partiu para os trabalhos.

2 OBJETIVO

- 1) Estabelecer uma crítica sobre o fascínio dos usuários de tecnologia e o consequente controle econômico sobre as suas vidas.
- 2) Contribuir para a reflexão crítica sobre o consumo de tecnologias;
- 3) Estimular a crítica sobre os sentidos das tecnologias.

3 JUSTIFICATIVA

Como registramos em trabalho anterior (MESQUITA, FONSECA, 2007), a história da caricatura no Brasil sempre esteve ligada à crítica dos costumes e à sátira política. Se definirmos a charge como um “desenho que se refere a fatos acontecidos em que agem pessoas reais, em geral conhecidas, com o propósito de denunciar, criticar e satirizar” é importante ressaltar que, na elaboração da charge, é importante a presença do humor e da ironia, empregadas para estabelecer uma crítica social.

Para Miani (2012), “a charge é uma representação humorística de caráter eminentemente político que satiriza um fato ou indivíduo específicos”. Para o autor, a charge é capaz de atuar como a revelação e defesa de uma ideia. Portanto, além de não se configurar apenas como uma peça inocente de humor, essa expressão possui uma natureza dissertativa, traduzida a partir dos recursos e da técnica da ilustração. “Outro elemento importante a destacar é a efemeridade da charge, que geralmente é esquecida quando o acontecimento a que se refere se apaga de nossa memória individual ou social”, argumenta Miani, observando que ela permanece viva enquanto memória histórica.

Deste modo, observamos que a charge é capaz de oferecer uma contribuição significativa para estimular a sensibilidade dos leitores e favorecer uma perspectiva crítica original.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Primeiramente, aluno e professor se reuniram para discutir as ideias, firmar o conceito e estabelecer a crítica. Em seguida, discutiram a melhor maneira de expressar a ideia através da charge. Como a discussão partiu para o campo da antropologia, surgiu a reflexão sobre desejos ancestrais que aparentemente são respondidos através do consumo de tecnologia. A partir daí, a ideia da comparação entre os índios e um consumidor contemporâneo surgiu espontaneamente.

Professor e alunos discutiram também sobre a melhor forma de elaborar a charge e chegaram à conclusão que o ideal seria a divisão em dois quadros, de modo a facilitar o processo de comparação. Para isso, seria importante situar os personagens com ângulos e posições idênticas, fortalecendo a analogia. Para representar o “explorador” do século 21 escolhemos a figura de Steve Jobs, pois atualmente é apresentado pelos meios de comunicação como uma espécie de mito contemporâneo.

O desenho foi realizado à mão e posteriormente digitalizado. Optamos por deixá-lo em preto e branco e mantemos as características manuais do desenho para sugerir uma liberdade autoral em relação aos softwares gráficos e, de certa forma, reiterar nossa crítica.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O produto se configura como uma charge desenhada à mão, em preto e branco, com dois quadros complementares representando duas circunstâncias que guardam relação de analogia. O trabalho foi digitalizado e convertido em arquivo jpg.



6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O exercício de pensar através de imagens possibilita a emergência de interpretações originais sobre temas contemporâneos. Observamos que a charge em questão contribuiu para expressar a noção de que o deslumbramento com tecnologias pode ser interpretado como uma espécie da armadilha análoga às estratégias de sedução empregadas pelos colonizadores. A imagem representou as hipóteses da pesquisa e contribuiu para inspirar uma sensibilidade em relação ao tema.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGOSTINHO, Aucione Torres. A charge. São Paulo, ECA/USP, 1993

MESQUITA, Rogério Maruno; FONSECA, André Azevedo da. Lula e Bush em busca do ponto G na relação entre Brasil e E.U.A. In: EXPOCOM NACIONAL 2007, 2007, Santos. **Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2007. Disponível em:

<<http://www.portcom.intercom.org.br/expocom/expocomnacional/index.php/pec-nac/article/view/195/136>> Acesso em: 7 abr. 2013.

MIANI, Rozinaldo Antonio. Charge: uma prática discursiva e ideológica. **9ª Arte**, São Paulo, vol.1, n.1, 37-48, 2012. Disponível em :<<http://www2.eca.usp.br/nonaarte/ojs/index.php/nonaarte/article/view/3>>. Acesso em 12 abr. 2013.