

O apelo realista das novas narrativas do espetáculo: uma atualização da secular “vontade de verdade”

Ilana Feldman¹

RESUMO: As estratégias do audiovisual contemporâneo têm, progressivamente, investido na construção e intensificação de efeitos de real, como indica a proliferação de vídeos-flagrantes, *reality shows*, imagens amadoras e acontecimentos não-ficcionais incorporados pela teledramaturgia, dentre outras manifestações. Essas operações narrativas que apelam constantemente à realidade respondem a uma “vontade de verdade”: verdade tomada como efeito do artifício e consumida como um espetáculo que se auto-legitima, astuciosamente, por sua impressão de autenticidade.

Palavras-chave: realismo; efeito de real; espetáculo; “vontade de verdade”;

O apelo realista e a contemporânea “demanda de real”

No auge do triunfo do espetáculo, espera-se um espetáculo que não mais simule.

Jean-Louis Comolli

Nada mais acontece aos humanos, é com a imagem que tudo acontece.

Serge Daney²

Nossa época tem sido comumente destacada, por diversos autores, como um período de saturação midiática, de estetização da experiência ordinária, de desrealização da ação, de desreferencialização da realidade e, até, de crise da crença na imagem (ou

¹ Mestre em Comunicação e Imagem pela Universidade Federal Fluminense (PPGCOM-UFF). E-mail: ilafeldman@uol.com.br

² Apud DELEUZE, G. “Carta a Serge Daney: otimismo, pessimismo e viagem”. In: *Conversações*. São Paulo: Ed. 34, 2000.

crise da ficção), dentre tantos outros diagnósticos. Discursos que perpassam não somente ensaios e estudos acadêmicos como também um vasto contingente de publicações periódicas dos formadores de opinião. O que demonstra o quanto esses diagnósticos, produzidos a partir dos sintomas apresentados pela contemporaneidade, já estão disseminados como crenças cotidianas, em um processo de valorização hegemônica de nossa experiência cultural e urbana.

Tais crenças, se nos alertam para os valores, discursos correntes e práticas nascentes de nosso tempo, também justificam e legitimam determinadas demandas, não menos históricas e sintomáticas, que amenizariam ou restituíam aquilo que nos falta ou que nos foi “roubado” por um mundo cada vez mais mediatizado e colonizado pelo espetáculo. Porém, se, por um lado, a saturação midiática e a hipertrofia dos campos da comunicação e do audiovisual contribuem para que uma sensação de opacidade e distância se instale entre os sujeitos e as esferas de ação e experimentação, por outro, são os próprios recursos narrativos e os renovados dispositivos audiovisuais que permitem a “reintegração” dos sujeitos à realidade - na medida em que esses dispositivos, ao intensificarem os efeitos de adesão e de identificação, almejam obliterar a distância entre a experiência direta e sua mediação.

Se, como enfatiza Jean-Louis Comolli, as realidades tornaram-se a tal ponto ficcionais que as ficções não podem mais prescindir de uma boa dose de realidade, multiplicando indefinidamente seus “efeitos de real”³ e simulando sua própria não-simulação, então, é nosso desafio tentar compreender esse atual regime de visibilidade, cuja estratégia é simular um “realismo” que, inversamente, o “desrealiza” e despolitiza, já que a intensificação e explicitação dos artifícios, muitas vezes em nome de um “choque do real”⁴, criam novas ilusões de transparência e novos ilusionismos.

Assim, assimilando, reformatando e renovando os códigos realistas, que não se confundem com o engajado realismo “crítico” ou “revelatório” do passado⁵, as renovadas

³ O “efeito de real”, tal como definido por Barthes, é obtido no romance realista por elementos que, sem aparente função na narrativa, conferem verossimilhança e credibilidade à ambientação e à caracterização dos personagens. Outro desdobramento deste efeito é instaurar uma espécie de transparência entre o leitor e o texto, isto é, a linguagem desapareceria como trabalho e surgiria confundida com as coisas, quando é o próprio real que parece “falar”. BARTHES, R. *O rumor da língua*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

⁴ JAGUARIBE, B. *O Choque do Real - estética, mídia e cultura*, no prelo, 2007.

⁵ Sobre o “realismo crítico” e o “realismo revelatório”, no âmbito da teoria cinematográfica, ver: XAVIER, I. *O Discurso cinematográfico – a opacidade e a transparência*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.

narrativas do espetáculo, nos âmbitos da literatura, da fotografia, do audiovisual e, até, da realidade virtual, desenvolvem sua própria linguagem de *legitimação*, *autovalidação* e *autorização*. Essas operações narrativas, empenhadas em uma permanente “demanda de real”, revelam-se estratégias políticas nada inocentes, sendo parte de uma mesma disputa, simbólica e comercial, pela produção, detenção e validação de determinadas visões de mundo, práticas, discursos e verdades sobre a realidade.

Desse modo, podemos entender a proliferação de *reality shows*, imagens amadoras, documentários, acontecimentos não-ficcionais incorporados pela teledramaturgia⁶, imagens não-profissionais utilizadas pelo telejornalismo, simulação de câmeras escondidas em filmes documentais e toda sorte de registros visuais que apelam constantemente à realidade como um regime de visibilidade fascinado pela ilusão da transparência total - tudo ver, tudo mostrar, nada esconder. Ao mesmo tempo, tal desejo de transparência carrega consigo o fantasma da vigilância, evocado em nome da segurança: é preciso cada vez mais fechar, codificar, constranger, isolar. Contudo, se esse regime de visibilidade pode ser instrumentalizado e reduzido a uma função social-técnica, reguladora e policial, atuante em nível local, seu objetivo maior é tornar-se uma linguagem hegemônica em nível global: os novos realismos como *linguagem biopolítica* do capitalismo imaterial⁷, quando a própria vida torna-se matéria-prima e núcleo vital da política, da produção estética e da organização capitalista.

O que significa dizer que o apelo realista das renovadas narrativas do espetáculo, sobretudo se pensarmos nos programas de realidade tele-programada, como os *reality shows*, produzem uma linguagem universal justamente porque totalizante, roteirizada, programada e programática - como, aliás, é a linguagem da cibernética, da estatística e da genética. De acordo com Comolli, teríamos passado da “era das instituições” para a “era das programações”⁸, face à crescente roteirização das relações sociais e intersubjetivas,

⁶ Sobre os acontecimentos não-ficcionais incorporados pela teledramaturgia, em especial o caso da novela “Páginas da Vida” (escrita por Manuel Carlos e veiculada pela Globo em 2006), ver: EDUARDO, C. “Páginas da Vida e as estratégias de legitimação da ficção”. In: revista eletrônica Cinética, ago. 2005. Disponível em: <http://www.revistacinetica.com.br/paginasdavid.htm>

⁷ O regime de produção “pós-fordista” ou “pós-industrial” ensejou, segundo diversos autores, um novo modo de agenciamento capitalista, denominado “capitalismo imaterial” ou “cognitivo”, cujo núcleo da produção econômica é a própria vida, o conhecimento, a criatividade, o imaginário, a comunicação e a informação. Ver: COCCO, G. *Capitalismo cognitivo - trabalho, redes e inovação*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003; bem como NEGRI, A. e LAZZARATO, M. *Trabalho imaterial*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

⁸ COMOLLI, J. “Sob o Risco do Real”, “Cinema Contra Espectáculo” e “Carta de Marselha sobre a auto-

quando os roteiros não mais se contentam em organizar apenas o cinema de ficção. Ultrapassando assim o domínio das produções do imaginário, os roteiros passaram a ordenar, enquadrar, esquadrihar e a organizar, cinematicamente, aquilo que tomamos por nossa realidade. Aí estaria o triunfo da sociedade do espetáculo, segundo Comolli, quando a roteirização da vida, em todas as suas dimensões, dá-se nesse duplo movimento de generalização global e enrijecimento local.

Antes de prosseguirmos, cabe lembrar que a onipresença das relações mediatizadas, no contexto da totalização do sistema social pelo espetáculo, foi postulada de maneira certa por Guy Debord⁹, em 1967. O conceito de espetáculo, muitas vezes mal compreendido e usado comumente como substituição de uma elaboração teórica, diz respeito não a um tipo de organização formal da imagem, que seria “espetacular”, nem a uma oferta excessiva de imagens e sons que acometeria nossa época. O espetáculo não é, assim, um transitar ensandecido de conteúdos visuais saídos das indústrias comunicacionais, informacionais e de entretenimento; não é um efeito natural da era da comunicação generalizada. “O espetáculo não é um conjunto de imagens”, nos adverte Debord, “mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”. E é como um modo de produção e gestão capitalista que o espetáculo deve ser compreendido, porque é como imagem que o capital se manifesta.

Sendo assim, os fenômenos da “desrealização”, da virtualização e da estetização da vida cotidiana, operados no âmbito do espetáculo e no bojo de um capitalismo imaterial, não devem ser compreendidos como mero resultado do contínuo incremento das indústrias comunicacionais, informacionais e audiovisuais, que desrealizariam, virtualizariam e maquiariam, com seu brilho, a totalidade da vida social e da experiência individual. Antes, tais fenômenos, vividos e compartilhados como uma sensação que marcaria nossa experiência cultural, são fruto de um mesmo processo socioeconômico, caracterizado por relações sociais mediadas pela radical abstração¹⁰ dos fluxos,

mise-en-scène”. In: Catálogo “forum.doc.bh.2001”, 5º. Festival do Filme Documentário e Etnográfico - Fórum de Antropologia, Cinema e Vídeo, Belo Horizonte, novembro de 2001.

⁹ DEBORD, G. *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000; BUCCI, E. “O espetáculo e a mercadoria como signo”. In: NOVAES, Adauto. *Muito além do espetáculo*. São Paulo: SENAC, 2004; bem como JAPPE, A. *Guy Debord*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

¹⁰ Se o espetáculo é o “estágio supremo da abstração”, como o descreveu Alsem Jappe, é importante salientar que tal processo de abstração teve sua guinada em meados do século XIX, a partir da aceleração dos fluxos monetários e do desenvolvimento de tecnologias de reduplicação da realidade, como a

financeiros, comunicacionais e imagéticos. Fluxos, como sabemos, não de dispersão, mas de difusão e acumulação simultânea, em um processo de “imagnetização” do capital e capitalização da imagem. Como escreveu Debord, frase ainda hoje espantosa, “O espetáculo é o capital elevado a um tal grau de acumulação que se torna imagem”.

Devemos tomar, portanto, as implicações do espetáculo como ponto de partida para que avancemos na investigação de nosso contemporâneo regime de verdade, assentado sobre a imagem - tomada hegemonicamente como prova de verdade - e amalgamado por paradoxais práticas socioculturais. Como indicamos, quando a mediação dos meios de comunicação passa a ser parte constituinte de nossa realidade e visão de mundo; quando as diversas estéticas do realismo constituem as formas culturalmente engendradas de produção e percepção dessa realidade; quando nossas experiências diárias são atravessadas pela radical abstração e velocidade dos fluxos; e, importante acrescentar, quando a própria experiência estética é tornada o núcleo vital de um capitalismo imaterial que opera cada vez mais *esteticamente*, então, o sentimento de uma crescente “desrealização” da vivência cotidiana se acirra, assim como se acerbam as cada vez mais recorrentes estetização e ficcionalização da vida.

O que não quer dizer, como acreditam as *doxas* pós-modernas, que a realidade é uma ficção simbólica ou uma representação que erroneamente percebemos como entidade autônoma real. Neste caso, como em geral na própria teoria da ideologia e naquela hegemônica do cinema documental, especialmente em sua vertente semiótica, a ficção é mal compreendida como terreno da falsificação, do engano, do simulacro e da ilusão, isto é, como um negativo da realidade, a qual seria um positivo apriorístico - recalcado e mascarado, no caso da ideologia, ou passível de ser representado indicialmente, no caso da semiologia.

Como afirmou provocativamente Nietzsche, em *Além do bem e do mal*, “este modo de julgar constitui o típico preconceito pelo qual podem ser reconhecidos os metafísicos de todos os tempos”. Assim, “é a partir desta sua ‘crença’ que eles [os metafísicos] procuram alcançar seu ‘saber’, alcançar algo que no fim é batizado

fotografia, quando a lógica da reprodução mecânica instaurou, de uma vez por todas, a perda de lastro ou referência original. JAPPE, Anselm. *Guy Debord*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

solenemente de ‘verdade’”¹¹. Isto porque Nietzsche afirma o caráter inegavelmente aparente da única realidade por nós vivenciada: a aparência é pensada, em sua filosofia, como uma realidade primeira, servindo de superfície a partir da qual o ideal da verdade pode ser inventado, efetivando-se e operando como um *efeito*, o efeito-de-verdade. É então a partir de tal pressuposto teórico-filosófico que podemos reconhecer que, enquanto a realidade é organizada e engendrada por artifícios narrativos, ficcionais, que dão sentido à experiência, construindo efeitos de crença, nossas subjetividades são incessantemente produzidas pelos enredos, imagens e desejos que nos são oferecidos por uma vasta gama de imaginários audiovisuais, configurando uma espécie de atualização do *bovarismo*¹² de antanho.

Assim, as já naturalizadas convenções realistas do momento, codificadoras de nossa apreensão do mundo, oferecem-nos, além de um vocabulário estético-narrativo de reconhecimento e legitimidade consensual, uma organização *intensiva* da realidade - por vezes assumidamente ficcional -, face ao fluxo disperso, fragmentário e amorfo da vida cotidiana. Todavia, esses processos de intensificação e ficcionalização das narrativas ordinárias - percebidos tanto pelo contínuo incremento de *reality shows* quanto pelo inchaço da “indústria da primeira pessoa”¹³-, têm como paradoxal efeito a busca por uma experiência que seja, simultânea e transgressivamente, tomada como real e verdadeira, já que nem a realidade nem as subjetividades podem oferecer essas garantias.

Por consequência, o “apelo ao real” dos meios de comunicação e de toda sorte de produtos culturais filiados aos códigos realistas - definidos, historicamente, pelo uso da mimese e da verossimilhança como estratégias de reduplicação ou representação da vida

¹¹ NIETZSCHE, F. *Além do bem e do mal*. São Paulo: Cia das Letras, 1992. p.10

¹² O *bovarismo* - remetido à personagem de Flaubert, Emma Bovary, em seu clássico romance realista *Madame Bovary* (1857) - constitui-se como um modo de fabulação próprio à vida burguesa nas sociedades industriais, em pleno desenvolvimento em meados do século XIX, quando a crescente produção e circulação de mercadorias, bem como a expansão dos meios de comunicação massivos (incluindo a disseminação das leituras romântico-sentimentais) fomentavam sonhos de consumo e anseios de paixão. Dito de outro modo, o *bovarismo* era já um “modo de subjetivação” característico desse momento histórico. Sobre o “modo de subjetivação” moderno, ver: FOUCAULT, M. *História da sexualidade, vol. I, A vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal, 1997.

¹³ Essa “indústria da primeira pessoa” pode ser percebida pela incessante publicação de biografias e autobiografias, inclusive fictícias, que há tempos constitui-se como uma tendência de mercado, assim como pela proliferação de variados dispositivos tecnológicos de exposição de si: *blogs*, *fotologs*, transmissões audiovisuais via *webcams*, além do uso da tecnologia digital na produção de documentários performativos e “de busca”. Nesse sentido, o próprio mercado pornográfico amador na Internet, espécie de “neopornô”, configura-se também como mais um modo de exposição de si, sendo este “si” não discursivo, apenas a exterioridade de um corpo.

cotidiana - reivindica que as narrativas midiáticas e a proliferação audiovisual sejam mais “prenhes de realismo”¹⁴ do que nossa vivência diária fracionada. O que significa novamente dizer que o paradoxo do realismo consiste em, por meio de renovados procedimentos narrativos, artifícios ficcionais e dispositivos audiovisuais, produzir efeitos-de-verdade, ou “efeitos de real”, mais críveis, intensos, coerentes e impactantes do que poderíamos sorver da experiência ordinária e cotidiana. Donde se conclui que as convenções realistas - enquanto arranjo de práticas, mas não enquanto discursos que têm pautado o movimento -, constroem um “mundo verdadeiro” que, tal como a fórmula de Nietzsche, “é somente um acréscimo mentiroso”¹⁵.

Porém, quanto mais mentiroso é o efeito realista, quanto mais eficiente ficcionalmente ele é nas montagens da realidade social e na construção de naturalizados efeitos-de-verdade - os quais, não podemos perder de vista, legitimam uma série de práticas biopolíticas -, mais ele demanda, ou é dele demandado, paradoxalmente, um suposto acesso direto ao real, que se manifestaria, para usarmos o conceito de Slavoj Žižek, na forma de uma “paixão pelo Real”¹⁶.

Neste ponto, vale a pena diferenciar o real da realidade. Como já indicamos, a realidade seria culturalmente engendrada, processada e fabricada por uma variedade de artifícios, discursos, perspectivas dialógicas e dispositivos tecnológicos, os quais entretecem os sentidos por nós experimentados que, em geral, são incorporados como não inventados e recobertos por certo efeito de naturalização. Já o real, assim como a realidade, não é uma instância já-dada, apriorística ou natural. No entanto, de modo diverso da realidade, o real seria uma quimera, pois, semelhante à duração temporal em que somos instalados, o real não pode ser conscientemente processado, já que ele tanto ultrapassa quanto permeia nossa experiência. O real (ou o Real), sob um prisma lacaniano, jamais poderia ser filtrado pela linguagem, já que é ele inapreensível, não-capturável e irrepresentável, estando aquém e além da representação.

¹⁴ JAGUARIBE, B. O Choque do Real - estética, mídia e cultura, no prelo, 2007.

¹⁵ A frase completa é: “O mundo ‘aparente’ é o único; o ‘mundo verdadeiro’ é somente um acréscimo mentiroso”. NIETZSCHE, F. *Crepúsculo dos Ídolos*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.

¹⁶ ŽIZEK, S. *Bem-vindo ao deserto do Real!*. São Paulo: Boitempo, 2003. O conceito de “paixão pelo Real” foi postulado por Žižek a partir da expressão original de Alain Badiou (BADIOU, A. *Le siècle*. Paris: Éditions du Soleil, 2004).

É por isso que, de acordo com Zizek, a “paixão pelo Real” é atravessada por um paradoxo fundamental. Pois, se de um lado há uma paixão estético-política que se assenta na idéia de que a única experiência potente é a experiência da transgressão e da ruptura, de outro, ela culmina em seu oposto aparente, em uma dramatização teatral, já que se trata de uma paixão por tudo aquilo passível de ser transformado em espetáculo. Sendo assim, essa “paixão pelo Real” engendra um Real como um efeito, efeito estético e aparente, produzido na escala pós-industrial do espetáculo globalizado.

Dessa forma, o problema com a “paixão pelo Real” não é o fato de ela ser uma paixão pelo Real, mas sim o fato de ser uma paixão enganosa em que “a implacável busca do Real que há por trás das aparências¹⁷ é o estratagema definitivo para se evitar o confronto com ele”¹⁸. Isto porque, exatamente por ser Real, isto é, por seu caráter selvagem, traumático ou excessivo, não somos capazes de integrá-lo àquilo que tomamos por realidade e, portanto, somos impelidos a senti-lo como um efeito, um semblante: experiência ficcional. Assim, se a “paixão pelo Real” transforma-se em um espetacular “efeito do Real”¹⁹, a paixão contemporânea pela potência ficcional dos artifícios, em exata inversão, resulta em um violento retorno à “paixão pelo Real”.

A secular “vontade de verdade”

Como obra de arte, nada podia ser mais admirável que o retrato em si. Mas não pode ter sido nem a execução da obra nem a beleza imortal do rosto o que tão subitamente e com tal veemência me comoveu. Tampouco é possível que minha fantasia tenha tomado aquela cabeça pela de uma pessoa viva. Meditando profundamente, permaneci, talvez uma hora (...), de olhar fito no retrato. Por fim, satisfeito por ter encontrado o verdadeiro segredo de seu efeito, deitei-me de costas sobre a cama. Tinha encontrado o feitiço do quadro na sua expressão de absoluta semelhança com a vida, a qual, a princípio, me espantou e, finalmente, me intimidou e apavorou.

Edgar Allan Poe, “O retrato oval”

¹⁷ A aparência da qual fala Zizek - que poderia ser entendida como uma espécie de mascaramento ideológico de um suposto Real - não é a mesma de Nietzsche, para quem a aparência é o único mundo existente. Porém, mesmo em Zizek, o conceito de aparência é traiçoeiro, pois, se não há o Real, se ele é impossível, então, sua aparência nada recobre, estando, portanto, próxima da perspectiva nietzschiana. Nesse sentido, “a paixão pelo Real” de Zizek termina por fazer uma crítica à ideologia.

¹⁸ ZIZEK, S. *Bem-vindo ao deserto do Real!*. São Paulo: Boitempo, 2003. p.39

¹⁹ Ibid., p. 24. O “efeito do Real” zizekiano é uma paráfrase do “efeito de real” bartheano.

Até o presente momento, nosso percurso teórico tem sido localizar no contemporâneo aquilo que identificamos como uma “demanda de real”, “apelo ao real” ou “paixão pelo Real”. Como vimos, as justificativas para tal demanda, apelo ou paixão são múltiplas, variáveis e certamente localizáveis com mais ou menos intensidade em diferentes sociedades, com distintas formações históricas. Por isso, não se trata de uma verdade assertiva sobre a atualidade, mas de uma verdade que se dá como processo, como valorização hegemônica de discursos e práticas culturais e, notadamente, como tendência mercadológica²⁰.

Todavia, se até agora localizamos essas “tendências” na contemporaneidade, cabe neste momento fazermos um breve recuo histórico. Tal gesto justifica-se porque, de fato, a supostamente atual “paixão”, “apelo” ou “demanda de real” não se constitui como uma manifestação exclusivamente recente, contemporânea ou, mesmo, como uma pulsão advinda desde o incremento da Sociedade do Espetáculo. De modo mais amplo, esse “apelo realista” pode ser percebido como uma manifestação eminentemente moderna. E aqui tomamos a modernidade, de acordo com Gumbrecht²¹, a “alta modernidade”, não apenas como período histórico - a partir de meados do século XIX -, mas, como uma experiência cultural. Não é por outra razão que, segundo Beatriz Jaguaribe, “o manejo dos registros realistas abaliza a entrada cultural na modernidade”²².

Para compreendermos com mais propriedade de que modo discursos, práticas e saberes, nos âmbitos da literatura, da imagem e até das ciências, estão, desde a aurora da modernidade, articulados a uma “demanda de real”, teríamos de investigar uma constelação múltipla de formas culturais correntes na segunda metade do século XIX e na virada deste para o XX, sobretudo aquelas vinculadas ao realismo literário e à emergência de uma cultura visual das sensações, fundada, sobremaneira, nas possibilidades realistas, tanto das imagens quanto dos novos modos de visualização e comunicação.

²⁰ Além dos já estabelecidos *reality shows*, filmes realistas ficcionais e documentais, séries de TV hiper-reais etc., a disseminação e popularização das novas tecnologias digitais de imagem, acrescidas dos novos canais de exibição virtuais, como o Youtube, têm proporcionado o *boom* de um tipo de realismo vinculado à “impressão de autenticidade” das imagens amadoras - que inclui, além dos registros pessoais, a nova pornografia e, até, os vídeos de tortura.

²¹ GUMBRECHT, H.U. “Cascatas de Modernidade”. In: *Modernização dos Sentidos*. São Paulo: Editora 34, 1998.

²² JAGUARIBE, B. *O Choque do Real - estética, mídia e cultura*, no prelo, 2007.

Se, além da intensificação e variação dos fenômenos plantados em fins do século XIX, não houve, de fato, uma ruptura paradigmática nas formas de experimentação da modernidade, poderíamos, então, aventar uma espécie de continuidade - que de forma alguma é homogênea e unívoca - entre as diversas demandas por real e realidade. No entanto, talvez o que perpassasse essas demandas não seja exatamente um desejo de “tocar” a realidade, de, quiçá, restituir uma experiência concreta que teria se esvaído; talvez o que perpassasse essas demandas seja a extemporânea necessidade de ancorar o pensamento, a vida e a linguagem em um solo seguro, o solo das oposições de valor e das certezas inexoráveis. Nesse sentido, poderíamos sugerir que a realidade só foi modernamente valorizada, capitalizada e capilarmente colonizada porque seu valor fora, inextrincavelmente, remetido à verdade. Por isso, possivelmente não se trate de uma demanda pela realidade, mas, ainda hoje, de uma “vontade de verdade”, de uma “vontade de verdade a todo custo”, tal como identificada por Nietzsche justamente em fins século XIX. Mas o que é a “vontade de verdade”?

Para Nietzsche, é a crença de que nada mais é necessário do que o verdadeiro, de que o verdadeiro é superior ao falso e de que a verdade é um valor superior - crença que funda a ciência e constitui a essência da moral e da metafísica. Porém, por mais que haja a permanente busca por um valor em si da verdade, por um valor metafísico, superior - e por isso a “vontade de verdade” é um fenômeno moral -, não se trata, para Nietzsche, de algo que seja “ontologicamente” verdadeiro, mas de algo que seja tido como verdadeiro. A questão, assim, não é propriamente a verdade, mas a crença *na* verdade. O que implica dizer que a verdade, por não ter nenhuma substância que lhe seja própria, efetiva-se como um *efeito*: o efeito-de-verdade.

Se a verdade é, então, um *efeito*, seu efeito consiste em, justamente, organizar a realidade ao procurar conferir-lhe um sentido. Desse modo, poderíamos dizer que a “vontade de verdade” é, sobretudo, uma vontade de sentido. No entanto, a modernidade vai, pouco a pouco, caracterizar-se pelo progressivo deslocamento dos sentidos profundos, transcendentais - a crença em um “mundo superior” -, para as superfícies imanentes da realidade e das imagens. Pois, a própria realidade, ou a experiência cotidiana que se aloca na realidade, a partir do processo de modernização, passará a ser

dotada de densidade, espessura e materialidade. Isto é, passará a ser dotada de sentido - o qual será remetido à verdade.

Assim, podemos sugerir que a experiência moderna é marcada por um progressivo deslocamento da verdade - que sempre habitou os “fundos”, os fundamentos de nossa tradição de pensamento, como o terreno do *logos*, do inteligível e da discursividade - para as superfícies da realidade e das imagens. O que significa dizer que a experiência moderna identifica, simultânea e paradoxalmente, a imagem a uma prova de verdade e a verdade a um efeito do artifício. Caso, justamente, da “vontade de verdade” que se aplica às renovadas narrativas do espetáculo pautadas por um apelo realista.

Por fim, vale a pena retomarmos o breve e saboroso conto de Edgar Allan Poe, indicado na primeira epígrafe deste sub-capítulo. Escrito em 1842, “O retrato oval” oferece aos leitores uma fábula sobre a perseguição da representação realista, funcionando como um tipo de conto de advertência, pois a “vontade de verdade” do retratista culmina em um desfecho trágico: quando o artista abre mão da própria realidade em favor do artifício. Poe descreve inicialmente um retrato, cuja expressão realista inicialmente “espanta” e, finalmente, “intimida” e “apavora” um observador, e então conta a história de sua criação. Um talentoso pintor, obcecado por seu ofício, pinta o retrato de sua bela mulher. Para tanto, ele a fecha em uma torre enquanto a pinta, receoso do efeito debilitador que a perfeição de sua arte pode abater sobre ela. Completado o retrato, o artista permanece diante dele e proclama: “Isto é a realmente a própria vida!”.

E ele então volta-se para olhar sua amada – “*Ela estava morta!*”.

Referências Bibliográficas

BARTHES, Roland. *O rumor da língua*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

BAZIN, André. “Ontologia da imagem fotográfica” e “O mito do cinema total”. In: *Ensaio*. São Paulo: Brasiliense, 1991.

COHEN, Margareth. “Literatura panorâmica e invenção dos gêneros cotidianos”. In: CHARNEY, Leo e SCHWARTZ, Vanessa (org) *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naify, 2001.

CRARY, Jonathan. *Suspensions of perception: attention, spectacle and modern culture*. Cambridge/Massachusetts: MIT Press, 2000.

_____. *Techniques of the Observer*. Cambridge/Massachusetts: MIT Press, 1990.

_____. “Géricault, the Panorama and Sites of Reality in the Early Nineteenth Century”. Disponível em: <http://mitpress.mit.edu/journals>

DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.

FELDMAN, Ilana. “Imagens indecorosas: *reality shows* e ‘vontade de verdade’”. Artigo apresentado no II Colóquio FIFI - Filosofia e Ficção - O cinema e muitas questões e quase todas ontológicas. UDESC, Florianópolis, SC, 2004.

_____. “Reality show: um paradoxo nietzschiano”. In: *Ciberlegenda*, ano 8, n.16, dez/jan. 2006. Disponível em: <http://www.uff.br/ciberlegenda/>

FERRAZ, Maria Cristina Franco. *Nove variações sobre temas nietzschianos*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

_____. “Contribuições do pensamento de Michel Foucault para a Comunicação”. In: *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo – Volume XXVIII, no.2, julho/dezembro de 2005.

FOUCAULT, Michel. “Nietzsche, a genealogia e a história”. In: *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 2000.

_____. *História da sexualidade, vol.1, A vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal, 1997.

_____. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 2005.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Modernização dos Sentidos*. São Paulo: Editora 34, 1998.

GUNNING, Tom. “Cinema e história”. In: XAVIER, Ismail (org.) *O Cinema do Século*. São Paulo: Imago, 1996.

JAGUARIBE, Beatriz. *O Choque do Real - estética, mídia e cultura*, no prelo, 2005.

JAPPE, Anselm. *Guy Debord*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

MACHADO, Roberto. *Nietzsche e a Verdade*. Rio de Janeiro: Graal, 2002.

MENDONÇA, A. F. “*Nietzsche e a Ficção da Verdade*”. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Filosofia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2004, p.20.

NIETZSCHE, Friedrich. *Além do bem e do mal*. São Paulo: Cia das Letras, 1992.

_____. *A Gaia Ciência*. São Paulo: Cia das Letras, 2001.

_____. *Genealogia da Moral*. São Paulo: Cia das Letras, 1998.

_____. *Crepúsculo dos Ídolos*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.

PESSOA, Fernando. “Arte e verdade no pensamento de Nietzsche”. In: PESSOA, F. (org.) *Arte no Pensamento*. Vila Velha, Espírito Santo: Museu Vale do Rio Doce, 2006.

SCHOLLHAMMER, Karl Erik. “À procura de um novo realismo - teses sobre a realidade em texto e imagem hoje”. In: HEIDRUN, Olinto Krieger e SCHOLLHAMMER, Karl Erik (Orgs.) *Literatura e Mídia*. São Paulo: Loyola, 2002.

_____ e SALÉM, Tatiana Levy. “Os novos realismos da cultura do espetáculo”. In: Revista ECO-PÓS, vol.05, No..02. Rio de Janeiro: E-paper, 2002.

SCHWARTZ, Vanessa. “O espectador cinematográfico antes do aparato do cinema: o gosto do público pela realidade na Paris de fim-de-século”. In: CHARNEY, Leo e SCHWARTZ, Vanessa (org) *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naify, 2001.

TOULET, Emmanouelle. *O cinema - invenção do século*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2000.

ZIZEK, Slavoj. *Bem-vindo ao deserto do Real!*. São Paulo: Boitempo, 2003.